



BACHELORARBEIT

Frau
Silke Dieringer

**Reality-TV -
Unsere Gesellschaft
zwischen Realität
und Fiktion**

2013

BACHELORARBEIT

Reality-TV - Unsere Gesellschaft zwischen Realität und Fiktion

Autor/in:
Frau Silke Dieringer

Studiengang:
Angewandte Medienwirtschaft

Seminargruppe:
AM09wK1-B

Erstprüfer:
Prof. Dr. Tamara Huhle

Zweitprüfer:
Jörg Schmidt, M.A., MBA

Einreichung:
Stuttgart, 08.07.2013

BACHELOR THESIS

Reality-TV - Our society between reality and fiction

author:

Ms. Silke Dieringer

course of studies:

Applied Media Economics

seminar group:

AM09wK1-B

first examiner:

Prof. Dr. Tamara Huhle

second examiner:

Jörg Schmidt, M.A., MBA

submission:

Stuttgart, 08.07.2013

Bibliografische Angaben

Dieringer, Silke:

Reality-TV – Unsere Gesellschaft zwischen Realität und Fiktion

Reality-TV – Our society between reality and fiction

Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2013, 126 Seiten

Abstract

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit dem Stellenwert des Fernsehgenres Reality-TV innerhalb der heutigen Gesellschaft. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der Wahrnehmung, der Beeinflussung sowie den verschiedenen Auswirkungen auf den Rezipienten. Grundlegende Informationen zum Realitätsfernsehen und seiner polarisierenden Thematik was die Aspekte Realität und Fiktion betrifft, werden zu einer Auseinandersetzung mit dem Dilemma zwischen Unterhaltungsfaktor und Grenzüberschreitungen genutzt. Gesellschaftliche Werte und Einstellungen werden ebenfalls berücksichtigt. Interviews von Personen verschiedener Altersgruppen und Tätigkeitsbereiche führen zu einer Gegenüberstellung von Meinungen und verdeutlichen damit, welche schwierige Rolle dieses Fernsehgenre einnimmt.

Abstract

The present paper deals with the significance of the television genre Reality-TV within today's society. The emphasis is on the cognition, influence and effect on the viewers. Basic information on Reality-TV and its polarizing approach to the topic of reality or fiction, are used for a confrontation with the dilemma between entertainment-factor and going beyond the limit. Social values and opinions are also considered. Interviews with people from different age-groups and professions lead to a contrasting juxtaposition of opinions and therefore demonstrate clearly what a difficult role this television genre plays.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	V
Abbildungsverzeichnis	VII
Tabellenverzeichnis	VIII
Vorwort	IX
1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung.....	1
1.2 Aufbau und Ziel der Arbeit.....	2
2 Begriffserklärungen	3
2.1 Medienwirkung	3
2.2 Realität	4
2.3 Fiktion.....	5
2.4 Rundfunk	6
3 Wandel des Mediums Fernsehen von Beginn des TV-Zeitalters bis heute	7
3.1 Die Rolle des Fernsehens	7
3.2 Programmgestaltung	9
3.3 Auswirkungen des Fernsehens auf die Gesellschaft	11
3.3.1 Auswirkung des Mediums Fernsehen	11
3.3.2 Auswirkung des Fernsehprogramms	13
3.4 Der Wertewandel durch den Einfluss des Fernsehens	15
3.5 Erweiterung des Spektrums an TV-Genres.....	16
4 Start des Reality TV	18
4.1 Definition	18
4.2 Merkmale.....	19
4.3 Hintergrund und Entwicklung	21
4.4 Subgenres von Reality TV.....	22
4.5 Beispiele verschiedener Reality-Formate.....	27
4.6 Vermarktung und Vermarktungsstrategien.....	28
5 Wahrnehmung durch den Rezipienten	32
5.1 Differenzierung zwischen Realität und Fiktion	32

5.2	Vorbildfunktion.....	33
5.3	Traumvorstellung.....	35
5.4	Unterhaltung.....	36
5.5	Beraterfunktion	37
6	Beeinflussung oder Einflussnahme des Rezipienten?	39
6.1	Alltagssituation	41
6.2	Identifikation	42
6.3	Emotionale Ansprache	43
6.4	Einbeziehung des Zuschauers	44
6.5	Hinterfragung: Besteht die Annahme einer Abhängigkeit?	46
7	Auswirkung auf den Rezipienten	48
7.1	Identitätsbildung	48
7.2	Realitätsverzerrung und Realitätsverlust.....	50
7.3	Wertewandel	51
7.4	Verhaltensänderung	53
7.5	Veränderung des Fernsehkonsums	54
7.6	Entstehung von Kommunikation.....	57
7.7	Lerneffekte	59
8	Skandalisierung und Menschenwürde	60
8.1	Negative Darstellung der Gesellschaft.....	61
8.2	Bloßstellung der Darsteller und Teilnehmer	62
8.3	Die Grenzen des Niveaus	65
9	Empirischer Teil.....	67
9.1	Vorgehensweise	67
9.2	Analyse.....	67
10	Fazit	70
	Literaturverzeichnis	X
	Anhang	XIV
	Eigenständigkeitserklärung	LIV

Abbildungsverzeichnis

- Abbildung 1: Sehdauer in Deutschland 2012
Quelle: AGF/GFK TV Scope, SWR Medienforschung, nach Berechnungen Mediendaten Südwest, URL: <http://www.mediendaten.de/index.php?id=fernsehen-sehdauer-d0> [Stand: 13.5.2013]...... 13
- Abbildung 2: Einteilung von Reality-TV in seine verschiedenen Subgenres, *in Anlehnung an Angela Keppler* 24
- Abbildung 3: Entwicklung der durchschnittlichen Sehdauer
Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GFK, TV Scope, Fernsehpanel D+EU, URL: <http://www.agf.de/daten/zuschauermarkt/sehdauer> [Stand: 13.5.2013]. 39
- Abbildung 4: Nutzungsanteile ausgewählter Genres am gesamten Unterhaltungskonsum.
Quelle: Zubayr/Gerhard: Tendenzen im Zuschauerverhalten, Herausgegeben von AGF in Zusammenarbeit mit GFK, TV-Scope. 40
- Abbildung 5: Stellenwert der Realitätsunterhaltung in privaten Fernsehprogrammen
Quelle: Ahrens/Weiß, Scripted Reality-Formate: Skandal oder normal? Herausgegeben von GofaK Medienforschung GmbH 2012 55

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Durchschnittliche Reichweite und Marktanteile von Unterhaltungs- sendungen nach der Größe ihres Publikums 2012 <i>Quelle: Zubayr/Gerhard: Tendenzen im Zuschauerverhalten, Heraus- gegeben von AGF in Zusammenarbeit mit GFK, TV-Scope, Fernsehpanel D+EU.</i>	45
Tabelle 2: Realitätsunterhaltung: Zeitumfang der Formate Frühjahr 2011. <i>Quelle: Ahrens/Weiß,, GöfaK Medienforschung, Programmbericht der Medienanstalten 2011</i>	57

Vorwort

Ganz herzlich möchte ich mich bei meinen beiden Betreuern, Prof. Dr. Tamara Huhle und Jörg Schmidt, bedanken. Ebenfalls geht ein großes Dankeschön an all diejenigen, die sich dazu bereit erklärt haben, mir als Interviewpartner Rede und Antwort zu stehen. Nicht zuletzt sage ich von Herzen danke an meine gesamte Familie und Freunde, die mich während der Fertigstellung dieser Arbeit stets unterstützt, Verständnis gezeigt und immer wieder aufgebaut haben.

1 Einleitung

1.1 Problemstellung

„‘War gar nichts echt?’ – ‘Du warst echt! Deshalb hat man dir so gerne zugesehen.’“¹
Dieses Zitat stammt aus dem Film *Die Trueman Show*. In diesem Film wird aufgezeigt, welchen Einfluss die Medien auf die Menschheit haben können. Ein Mann lebt in einer fiktiven und inszenierten Welt, für ihn ist es jedoch die Realität. Tagtäglich verfolgt ein Massenpublikum dessen gefilmtes Leben über den Fernsehbildschirm. Hiermit wird vor Augen geführt, dass heutzutage nicht mehr mit Sicherheit gesagt werden kann, was im Fernsehen noch echt ist und was nicht. Realität und Fiktion verwischen immer mehr, gehen ineinander über und der Fernsehzuschauer wird vor die Aufgabe gestellt zu entscheiden, ob das Ausgestrahlte mit seinem Realitätscharakter tatsächlich der Wirklichkeit entspricht oder nur Fiktion, eine eigens erschaffene Welt ist.

So wie sich die Gesellschaft und deren Werteverständnis in einem steten Wandlungsprozess befinden, so verändern sich auch die Fernsehkultur und deren Programm. Die Medienlandschaft schreitet dabei entlang einem schmalen Grat. Ist es doch in gewissem Sinn eine Irreführung der Rezipienten. Gleichzeitig werden in vielen Hinsichten Grenzen angerissen und teils auch überschritten, wo sich die Frage stellt, was moralisch noch vertretbar ist. Ein der Masse zugängliches Medium besitzt die Macht, sein Publikum zu beeinflussen, darf aber ebenfalls nicht vergessen, dass es dadurch auch mit Verantwortung für dieses trägt. In der heutigen Gesellschaft kommen vermehrt Diskussionen dies bezüglich auf. Wie weit darf das Fernsehen gehen, wann ist ein Limit erreicht und was ist den Zuschauern noch zumutbar. Pauschal kann an dieser Stelle keine Antwort gegeben werden. Die Wahrnehmung und das Empfinden eines jeden Menschen sind anders. Das so genannte Realitätsfernsehen mit seinen Programminhalten und Szenen, die für den einen weit entfernt von der eigenen Akzeptanzgrenze sind, kitzeln bei einer anderen Person den Voyeurismus-Effekt und Beobachtungsdrang eventuell noch mehr heraus.

¹ Weir, Peter [Regie]; Niccol, Andrew [Drehbuch]; Carrey, Jim [Darst.]; Linney, Laura [Darst.]; Emmerich, Noah [Darst.]: *Die Trueman Show*. USA: Paramount Home Entertainment, 1998. – 99 min.

1.2 Aufbau und Ziel der Arbeit

Mit der These „Reality-TV – Unsere Gesellschaft zwischen Realität und Fiktion“ als Grundlage, soll diese Arbeit einen Beitrag dazu leisten, heraus zu finden, an welchem Punkt das Fernsehen inzwischen angekommen ist, wie es den Rezipienten sowie deren Umgang mit dem Medium verändert und welche Effekte bzw. Reaktionen sich daraus ergeben.

Zu Beginn werden im 2. Kapitel grundlegende Begrifflichkeiten erklärt, welche für die weitere Arbeit als Basisverständnis dienen werden. Da das Medium Fernsehen seit Beginn seiner Laufbahn eine große Rolle in der Gesellschaft spielt und sich mit der Zeit manifestiert hat, wird aus diesem Grund in Kapitel 3 zunächst ein Blick auf die Entwicklung des Fernsehens allgemein geworfen. Aufgegriffen werden außerdem die Aspekte, welche Beziehungen zwischen TV und der Gesellschaft bestehen. Im darauffolgenden Kapitel steht der Begriff Reality-TV im Mittelpunkt. Im Einstieg dieses Abschnittes werden Definition, Merkmale sowie der Entwicklungsprozess dargestellt., gefolgt von den verschiedenen Unterformen mit ausgewählten Beispielen wird zum Abschluss noch der Bereich rund um die Vermarktungsmöglichkeiten und –strategien beleuchtet. In Kapitel 5 erhält der Leser einen Einblick in die unterschiedlichen Arten der Wahrnehmung durch den Rezipienten. Anschließend daran konzentriert sich das 6. Kapitel auf die gegenseitige Beeinflussung von Wirklichkeitsfernsehen und Zuschauer. Als Konsequenz daraus beschäftigt sich der folgende Abschnitt mit den möglichen Auswirkungen. In Kapitel 8 werden Hinterfragungen um Skandalisierung und Menschenwürde in Zusammenhang mit diesem TV-Genre zentralisiert und überprüft. Mit einer Untersuchung, basierend auf durchgeführten Personeninterviews, sowie einer kurzen Zusammenfassung und einem Ausblick, was die Zukunft bringen könnte, endet diese Arbeit.

2 Begriffserklärungen

2.1 Medienwirkung

Um genauer auf den Begriff der Medienwirkung eingehen zu können, sollte grundlegend ein Blick auf den „Wirkungsbegriff“ geworfen werden. Uwe Hasebrink formuliert diesen folgendermaßen: *„Medien wirken, wenn unter Wirkung die gegenseitige Beziehung zwischen Medienangeboten und Rezipienten im Sinne einer wechselseitigen Beeinflussung verstanden wird, im Zuge derer sich alle Beteiligten selbst verändern.“*²

Medien wirken auf unterschiedliche Weisen und zugleich muss beachtet werden, dass sie sich auf der Mikro- sowie der Makroebene, sprich auf Individuen und Gruppen sowie auf die Gesellschaft und Institutionen auswirken können. *„[Was] unter der Wirkung der Massenmedien [zu verstehen ist], sind Änderungen der Verhaltensweisen, Einstellungen, Meinungen und Kenntnissen der Rezipienten, die durch Medieninhalte hervorgerufen werden.“*³ Voraussetzung für eine entstehende Medienwirkung ist ein direkter Kontakt des Rezipienten mit dem jeweiligen Medium. Durch eine Beeinflussung des Rezipienten orientiert dieser sich an Medieninhalten und es kommt zu einer Übernahme der Inhalte. Die verschiedenen Wirkungseffekte bauen aufeinander auf, das heißt, dass beispielsweise ohne Veränderungen der Kenntnisse letztendlich auch keine Veränderungen der Verhaltensweisen möglich sind.⁴

Viele Forschungen befassten sich mit der Medienwirkung, jedoch jeweils mit unterschiedlichen Ansätzen. Geltend können allerdings verschiedene Orientierungstypen aufgezeigt werden, denen sich die Medienwirkungen zuordnen lassen: geplante oder ungeplante, kurzfristige oder langfristige Medienwirkung.⁵

Die Medienwirkung ist prinzipiell ein Begriff/Phänomen, welches nicht mit einer einzigen Herangehensweise erläutert werden kann. Im Allgemeinen kann vorgebracht werden, dass wenn von Medienwirkung die Rede ist nicht nur die letztendlichen Effekte durch die Medien beachtet werden, sondern auch die Mediennutzung sowie Medienre-

² Hasebrink, Uwe: *Publikum, Mediennutzung und Medienwirkung*. In: Jarren, Ottfried/Weßler, Hartmut (Hg.): *Journalismus – Medien – Öffentlichkeit. Eine Einführung*. Wiesbaden 2002, S. 374.

³ Kepplinger, Hans Mathias: *Medieneffekte. Theorie und Praxis öffentlicher Kommunikation*. VS Verlag für Sozialwissenschaften | Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2010, S. 9.

⁴ vgl. Kepplinger, *Medieneffekte*, S. 9.

⁵ vgl. Abbildung: *Typen von Medienwirkung*. nach McQuail, In: Bonfadelli, Heinz, Friemel, Thomas N.: *Medienwirkungsforschung*. 4. Auflage, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz 2011, S. 24.

zeption mit einbezogen werden.⁶ Es wird nochmals unterschieden in a) Spektrum möglicher Medienwirkungen und b) Medienwirkungen nach Dimensionen. Schaut man zuerst auf den Teilpunkt des Spektrums möglicher Medienwirkungen. Die große Anzahl der Medienwirkungen werden hier in Bezug auf den Kommunikationsprozess gesehen. Drei daraus hervorgehenden Wirkungsphasen lassen sich jeweils wieder unterschiedliche Wirkungsphänomene zuordnen. Diese Phasen sind die präkommunikative, kommunikative und postkommunikative Phase. Der präkommunikativen Phase werden die Phänomene Mediennutzung und Motive: Uses & Gratifications zugeteilt. Die kommunikative Phase entspricht der Medienrezeption. Hierzu gehören Aufmerksamkeit und Verstehen sowie als zweiter Aspekt die Affekte. In der postkommunikativen Phase, der eigentlichen Medienwirkung, finden sich die Wirkungsphänomene Agenda-Setting, Wissensklüfte und Framing & Kultivierung wieder. Ebenfalls lassen sich Einstellungswandel, Wissen – Einstellungen – Verhalten sowie Meso- und Makroeffekte diesem Bereich untergliedern.⁷ Mit dem zweiten Ansatz, der Einteilung der Medienwirkung in verschiedene Dimensionen, bilden sich nach McLeod folgende Wirkungsbereiche heraus: „Mikro- vs. Makroebene, Veränderung vs. Stabilisierung, kumulativ vs. einmalig, kurzfristig vs. langfristig, Einstellungen vs. Kognitionen vs. Emotionen vs. Verhalten, diffus vs. inhaltsspezifisch, direkt vs. bedingt.“⁸

Letztendlich kann gesagt werden, dass in der Medienwirkungsforschung eine Vielzahl von verschiedenen Wirkungsphänomenen vorhanden ist sowie mit einige verschiedene Wirkungsmodelle und übergreifenden Theorien, gearbeitet wird, um den Begriff der Medienwirkung zu erläutern, jedoch keine Eindeutigkeit besteht.

2.2 Realität

Nähert man sich dem Begriff „Realität“ über die Erklärung im Duden an, „[so wird „Realität“ als] Wirklichkeit, reale Seinsweise und drittens als tatsächliche Gegebenheit, Tatsache [gedeutet].“⁹ Eine einheitliche Definition des Begriffs „Realität“ zu finden, erweist sich als schwierig. Es gibt einige verschiedene Ansätze. Diese Ansätze lassen sich bis in die Zeit von Platons Höhlengleichnis zurückverfolgen. [Orientiert man sich an Platons Aussage, dann] sind alle Gegenstände, die wir für die „primäre“ Wirklichkeit hal-

⁶ vgl. Bonfadelli, *Medienwirkungsforschung*, S. 137.

⁷ vgl. Bonfadelli, *Medienwirkungsforschung*, S. 26-28.

⁸ vgl. McLeod/Kosicki/Pan, 1991, zit. n. Bonfadelli, 2011: S. 24.

⁹ Bibliographisches Institut GmbH (2013): *Duden - Wörterbuch - Realität*.
URL: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Realitaet>, [Stand 20.6.2013].

ten, nur Schatten ihrer Eigentlichkeit, nämlich der „Ideen“.¹⁰

Im Bereich der Wissenssoziologie und nach Wegener, stellt sich die Konstruktion von „Realität“ in drei Wechselwirkungsprozessen dar.

- *„Die objektive soziale Realität: die Realität, die außerhalb des Individuums existiert und mit der es konfrontiert wird.“*
- *Die symbolische soziale Realität: die Realität, die eine symbolische Umsetzung der objektiven sozialen Realität in Kunst, Literatur und in den Medien darstellt.*
- *Die subjektive soziale Realität: die Form der Realität, in der die individuellen Realitätsvorstellungen und –erfahrungen zusammengefasst sind, die Individuen der objektiven Welt und ihrer symbolischen Repräsentation entnehmen.“¹¹*

Diese eine Möglichkeit, Realität zu definieren, beinhaltet nach Wegener in Kürze nochmals folgende Elemente innerhalb einer Wechselwirkung: *„[die] objektive Realität, die sich unserer Wahrnehmung entzieht, die subjektive Realität des Individuums und die symbolische Realität, die auch Medienrealität umfasst [...]“*¹²

Mit noch einigen anderen vorhandenen Ansätzen, die Begrifflichkeit Realität zu erklären, wird erkennbar, dass dieser Begriff sehr komplex ist und keine einheitliche Definition vorzubringen ist. Für die vorliegende Arbeit, in Bezug auf das behandelte Thema Reality-TV *„[sollte erwähnt werden, dass in diesem Fall] „Realität“ primär in Form von Ereignissen wahrgenommen und verarbeitet wird. Ereignisse stellen dabei jedoch lediglich eine Auswahl dessen dar, was in der Realität passiert.“*¹³

2.3 Fiktion

Die Herkunft des Begriffs „Fiktion“ stammt aus dem „Lateinischen „*fictio*“ [und bedeutet so viel wie] *Einbildung oder Annahme. [Bildungssprachlich betrachtet ist eine Fiktion] etwas, das nur in der Vorstellung existiert, etwas Vorgestelltes, Erdachtes. [Im Bereich der Philosophie wird Fiktion als] bewusst gesetzte widerspruchsvolle oder falsche Annahme als methodisches Hilfsmittel bei der Lösung eines Problems [definiert].“*¹⁴

¹⁰ vgl. Wegener, Claudia: *Reality-TV. Fernsehen zwischen Emotion und Information?* Schriften der Gesellschaft für Medien und Kommunikationskultur GMK, Band 7, Leske + Budrich, Opladen 1994, S. 32.

¹¹ Wegener, *Reality-TV*, S. 32.

¹² Wegener, *Reality-TV*, S. 33.

¹³ Wegener, *Reality-TV*, S. 34.

¹⁴ Bibliographisches Institut GmbH (2013): *Duden – Wörterbuch - Fiktion*.
URL: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Fiktion>, [Stand 20.6.2013].

Grundlegend lässt sich „Fiktion“ als eine Sache bezeichnen, die sich dem Kreieren einer eigenen Welt bedient und dabei Darstellungsformen wie beispielsweise Film oder Literatur zur Hilfe nimmt. Ebenfalls ist „Fiktion“ auch der reine Umgang mit einer solchen, erschaffenen Welt.

2.4 Rundfunk

„Rundfunk ist ein linearer Informations- und Kommunikationsdienst; er ist für die Allgemeinheit zum zeitgleichen Empfang bestimmte Veranstaltung und Verbreitung von Angeboten in Bewegtbild oder Ton entlang eines Sendeplans unter Benutzung elektromagnetischer Schwingungen.“¹⁵ Diese Definition ist so im Staatsvertrag über den Rundfunk von 1991 zu finden. Die beiden Elemente Hörfunk und Fernsehen sind Bestandteil des Rundfunks. Einzuteilen ist die Entwicklung dieser Rundfunkstruktur in mehrere Abschnitte: „den Aufbau des Rundfunkwesens nach dem Zweiten Weltkrieg, die Ausweitung der Programmangebote bis Ende der siebziger Jahre sowie die Zulassung kommerzieller Rundfunkanbieter und die Etablierung des Dualen Rundfunks seit 1984.“¹⁶

¹⁵ LFK Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg: *Rundfunkstaatsvertrag RStV*. § 2, Fassung des fünfzehnten Staatsvertrages, die seit 2013 in Kraft getreten ist, Stuttgart 2013, S. 6.

¹⁶ Brettschneider, Frank: Massenmedien und politische Kommunikation in Deutschland. In: Gabriel, Oscar W./Holtmann, Everhard (Hg.): *Handbuch Politisches System der Bundesrepublik Deutschland*. 3. Auflage, Oldenbourg-Verlag, München 2004, S 696.

3 Wandel des Mediums Fernsehen von Beginn des TV-Zeitalters bis heute

3.1 Die Rolle des Fernsehens

Um zu Beginn dieses Kapitels mit einem Ausdruck aufzuzeigen, als was das Medium Fernsehen eigentlich bezeichnet werden kann, wird hier der Begriff „Massenmedium“ genannt. Immer wieder ist in der verschiedensten Literatur aus den unterschiedlichsten Jahren zu lesen, dass das Fernsehen im Umbruch steht. Dies lässt darauf Rückschluss ziehen, dass ein steter Wandel dieses Mediums am Laufen ist. Durch die voranschreitende technische Entwicklung, welche besonders in den letzten 20 Jahren enorm gewesen ist, aber auch durch Veränderungen innerhalb des gesellschaftlichen Lebens und Denkens, hat sich die Rolle des Fernsehens seit Beginn des TV-Zeitalters bis heute immer wieder neugestaltet. Wirft man einen Blick auf die ersten Jahre, das heißt die 50er Jahre, so lässt sich erkennen, dass zur damaligen Zeit das Fernsehen eine besondere Rolle einnahm. Damit soll verdeutlicht werden, dass dieses Medium absolut noch nicht mit der Bezeichnung Massenmedium einher ging. Viel mehr war nur den „Elite-Bürgern“, also einer Vielzahl der Bevölkerung nicht, Zugang zum Fernsehen ermöglicht. Für den Normalbürger waren die Empfangsgeräte nicht erschwinglich und somit lässt sich auch der Status des Fernsehens als etwas Besonderes erklären. Erst ab Ende der 50er Jahre lässt sich ein kleiner Schritt in Richtung TV als Massenmedium erkennen. Die Geräte wurden für die breite Masse allmählich erschwinglicher und der nächste Schritt in das alltägliche Leben war getan. An dieser Stelle zu erwähnen ist, dass anfangs nur etwa 1500 Fernsehgeräte vermerkt waren, was sich im Jahr 1957 schon auf 1 Million angemeldete Geräte ausgeweitet hatte. Die Versorgungsdichte mit TV-Apparaten stieg von 30% im Jahr 1960, über 55% 1964, auf 95% im Jahr 1975. Sieht man die Prozentzahl der Haushalte mit eigenem Fernseher aus dem Jahr 2000, 97,9%¹⁷, wird einem deutlich vor Augen geführt, dass dieses Massenmedium nicht mehr aus dem alltäglichen Leben der Menschen wegzudenken und zu einem Medium der Masse geworden ist. Heutzutage ist es selbstverständlich, dass es mehrere TV-Geräte in einem Haushalt gibt. Im Gegensatz zur damaligen Zeit sind die Apparate größer, das Bild schärfer und die Programmvierfalt variantenreicher. Jedoch nicht außer Acht gelassen werden darf, dass Fernsehen heute nicht mehr den Status als „das Massenmedium“ inne hat. Durch Entwicklungen wie das Internet hat es inzwischen

¹⁷ vgl. Gerhards/Grajczyk/Klingler, 2000, S.102, zit. n. Krieger, 2002: S. 7.

einen starken Konkurrenten bekommen und lässt sich nicht mehr als wichtigstes Medium der Menschen betiteln.

Das ist mit Sicht auf das Fernsehen aber nur ein Aspekt. Genauso sollte die Frage geklärt werden, was denn dieses Medium mit den Menschen gemacht hat. Welche Rolle es für diese spielte und in wie weit es sich in den Jahren bis in das heutige Jahrtausend gewandelt hat. Widmete sich Fernsehen zu anfangs prinzipiell der Aufgabe, den Bürgern beziehungsweise den Zuschauern Information¹⁸, Bildung¹⁹ sowie Kulturverständnis²⁰ zu vermitteln, steht dies in großem Kontrast zu heute. Unterhaltungsprogramme²¹ gab es so gut wie keine und wenn etwas annähernd als solches bezeichnet werden konnte, dann steckte meist ein gewisses Bildungsgut mit darin. Der Rezipient sollte, aufbauend auf den einstigen Erziehungsauftrag der Alliierten über Radiofunk zur Zeit des 2. Weltkriegs, „erzogen“ werden, nicht bespaßt. Das Fernsehen war erstmals eine Attraktion und bot der Bevölkerung Gesprächsstoff. Die Auswahl an verschiedenen Programmen war so gering, die Wahrscheinlichkeit dem entsprechend hoch, dass die meisten Menschen dasselbe im Fernsehen gesehen haben und man somit ein gemeinsames Thema hatte. Aber auch das Zusammensitzen mit Nachbarn, welche kein TV-Gerät besaßen, ließ das Fernsehen eine wichtige Rolle im Bereich der Kommunikation und sozialem Austausch einnehmen. Im Vergleich zu heute ist dies kaum vorstellbar; eine Unmenge an TV-Kanälen sowie das Zappen durch die unterschiedlichen Sender lässt es weniger zu, dass der Großteil der Bevölkerung ein und das selbe Programm anschaut. Verfolgt man die Ansicht von Williams, so versteht sich Fernsehen als eine kulturelle Form, in der sich Technologie, soziale Institutionen und kulturelle Entwicklung überschneiden.²² Fand zu Beginn eine Kommerzialisierung der Fernsehapparate als technisches Gerät statt, so veränderte sich dies mit der Zeit in eine Kommerzialisierung der Inhalte.²³ Die Rolle des Fernsehens, bezogen auf die „TV-Macher“, war also nicht mehr nur, den Rezipienten Informationen in Bezug auf Nachrichten und

¹⁸ „Unter Information [ist] insbesondere Folgendes zu verstehen: Nachrichten und Zeitgeschehen, politische Information, Wirtschaft, Auslandsberichte, Religiöses, Sport, Regionales, Gesellschaftliches, Service und Zeitgeschichtliches.“ (RStV § 2).

¹⁹ „Unter Bildung [ist] insbesondere Folgendes zu verstehen: Wissenschaft und Technik, Alltag und Ratgeber, Theologie und Ethik, Tiere und Natur, Gesellschaft, Kinder und Jugend, Erziehung, Geschichte und andere Länder.“ (RStV § 2).

²⁰ „Unter Kultur [ist] insbesondere Folgendes zu verstehen: Bühnenstücke, Fernsehspiele, Fernsehfilme und Hörspiele, bildende Kunst, Architektur, Philosophie und Religion, Literatur und Kino.“ (RStV § 2).

²¹ „Unter Unterhaltung [ist] insbesondere Folgendes zu verstehen: Kabarett und Comedy, Filme, Serien, Shows, Talk-Shows, Spiele, Musik.“ (RStV § 2).

²² vgl. Williams, 1974, S. 10f, zit. n. Schumacher, 2000, S. 143.

²³ Schumacher, Heidemarie: *Fernsehen fernsehen. Modelle der Medien- und Fernsehtheorie*. DuMont Buchverlag, Köln 2000, S.147.

Bildung zur Verfügung zu stellen, sondern es trat stetig mehr in den Vordergrund, den Zuschauer ebenfalls mit Unterhaltung und Reklame zu versorgen. Auch für den Zuschauer übernahm auf dies bezogen das Medium Fernsehen einen neuen, zusätzlichen Part, nämlich die Rolle als einerseits Angebots- und andererseits als Entspannungsmedium. Dem Fernsehschauer wurde vermittelt, dass auf ihn eingegangen wird und seine Wünsche und Bedürfnisse berücksichtigt werden.

Erkennbar an dieser Gegenüberstellung ist, dass das Fernsehen den Weg von einer gemeinschaftsfördernden Funktion hin zu einer alltäglichen Selbstverständlichkeit einschlug. Als gesellschaftliches Kommunikationsmittel und informations- sowie bildungsvermittelndes Utensil, nahm Fernsehen den Mittelpunkt ein. Allerdings darf nicht außer Acht gelassen werden, dass TV auch heute noch neben der Gewohnheits- und zeitvertreib-fördernden Funktion ebenfalls zur Kommunikation untereinander beiträgt, nur eben auf eine andere Art und Weise. Viel mehr werden in der heutigen Zeit Fernsehsendungen²⁴ zu Diskussionsthemen, zu welchen es die unterschiedlichsten Meinungen gibt und des Öfteren auch zu Skandalen heranwachsen. Heutzutage, und gegensätzlicher kann es kaum sein, ist der Fernseher nicht mehr das Zentrum innerhalb einem sozialen Umfeld; vielmehr ist es zum Nebenbei-Medium sowie einem gesellschaftspaltendem Medium geworden und musste bereits weiteren Neuerungen im Bereich der Medien Platz einräumen. Trotzdem ist es nicht mehr aus unserem Alltag wegzudenken.

3.2 Programmgestaltung

Der Unterschied ist enorm, betrachtet man die Programmgestaltung zu den Anfangszeiten des Fernsehens und das, was heute tagtäglich über den Bildschirm flimmert. Nicht nur die Spannweite an verschiedenen TV-Sendern ist immens gewachsen, auch die Vielzahl an verschiedenartigen Programminhalten ist kaum noch überschaubar. Die Entwicklung geht so schnell von statten, dass man leicht den Überblick verliert. Beginn es einst mit einem einzigen Sender, so befinden sich heute über 100 Sender in der Fernsehwelt, zwischen denen sich der Zuschauer entscheiden muss. Mit dem 31. Oktober 1954 fiel der Startschuss: die ARD, damals das Erste Deutsche Fernsehen und heute Das Erste, begann mit der Übertragung. Die geringe Auswahl an TV-Kanälen erweiterte sich im Jahr 1963 um einen weiteren Sender. Das ZDF ging auf Sendung. Im Laufe der Zeit kamen schließlich noch die Dritten Programme der ARD hinzu und die Programmspanne wurde letztendlich durch die Einführung des dualen Rundfunk-

²⁴ „Sendung [ist] ein inhaltlich zusammenhängender, geschlossener, zeitlich begrenzter Teil eines Rundfunkprogramms“ (RStV § 2).

systems mit öffentlich-rechtlichen und privaten Anbietern, eingeleitet durch den Sendebeginn von RTL Plus, komplettiert. Der Wandel vollzog sich in der Zeit bis heute folgendermaßen: in den 60er Jahren gab es zwei deutschsprachige Programme, in den 70er Jahren bereits sieben, welche sich bis Anfang der 80er Jahre hielten: ARD, ZDF, drei bundesdeutsche Regionalsender sowie zwei DDR-Sender. 1990 wurden bereits 16 deutschsprachige Programme ausgestrahlt, was sich drei Jahre später sogar schon auf 21 und zusätzlich 14 fremdsprachige ausgeweitet hatte. Die Zahl der konkurrierenden Fernsehkanäle hat sich letztendlich verfünffacht und der Trend nach oben schreitet stets voran.²⁵ Heute gibt es laut den Medienanstalten über 203 bundesweit empfangbare Fernsehsender, die auf Sendung sind²⁶ und diese Liste vergrößert sich nach und nach durch digitale Zusatzkanäle. Neben den öffentlich-rechtlichen und den privaten Sendern reiht sich nun auch das Pay-TV mit ein. Diese stets stärker werdende Konkurrenz zwischen den TV-Sendern führte selbstverständlich auch dazu, dass sich auf Grund dessen die Programminhalte einem Wandel unterzogen haben und dieser wird auch die nächsten Jahre noch nicht beendet sein. Wurde anfangs mit den Inhalten beabsichtigt, dem Publikum Information, Bildung und Kultur zu vermitteln, steht heute vor allem der Unterhaltungsaspekt im Vordergrund. Eine Umfrage aus frühen Jahren ergab, dass die Zuschauer an erster Stelle Sendeformate wie „Bunte Abende“ und Quiz-Shows bevorzugten, gefolgt von Tagesschau und Spielfilmen. Typische Programmpunkte der frühen 50er Jahre sind Nachrichten, wissenschaftliche Vorträge, Reiseberichte, Prominentengespräche etc. Erkennbar ist hier, dass diese Formate eher wenig den Wünschen der Rezipienten entsprachen und so wurde daraufhin Mitte der 60er Jahre von Seiten der Fernsehmacher reagiert. Das Medium wurde allmählich für Unterhaltung geöffnet. Schritt für Schritt wurde der Zuschauer mehr zum Empfänger einer Dienstleistung.²⁷ Die TV-Sender gehen auf die Bedürfnisse des Publikums ein und kennen teilweise keine Grenzen. Was einst harmlos begonnen hatte und seriöse Inhalte dem Rezipienten zukommen ließ, ging seinen Weg über die Vermittlung von Unterhaltung, mit Entspannungsfunktion als Hintergrund, und ist im heutigen Jahrtausend an dem Punkt angekommen, dass die Inhalte die Gesellschaft spalten und Skandale hervorrufen. Man könnte sagen, Unterhaltung um jeden Preis und jegliche Mittel sind erlaubt. Der enorme Umbruch im deutschen Unterhaltungsfernsehen lässt sich

²⁵ Pöttker, Horst: *Die niederen Leidenschaften und das Gemeinschaftsleben der Nation. Zur fortschreitenden Ausdifferenzierung von Öffentlichkeit durch dualen Rundfunk*. In: Wunden, Wolfgang (Hg.): *Öffentlichkeit und Kommunikationskultur*. Beiträge zur Medienethik Band 2, J. F. Steinkopf Verlag, Hamburg; Stuttgart 1994, S. 101-102.

²⁶ ALM GbR, Die Medienanstalten (2013): *TV-Senderdatenbank*. URL: <http://www.die-medienanstalten.de/?id=761> [Stand 12.5.2013].

²⁷ vgl. Krieger, Jörn: *Die Popularisierung des Mediums Fernsehen. Vom Elite-Medium zum Schauplatz des Normalbürgers*. Bamberg: Otto-Friedrich-Universität, Dissertation, 2002, S. 12.

besonders auf den Start des Privatfernsehens zurückführen. Mit zunehmend schrilleren Bildern, spektakuläreren Themen und vermehrter Darstellung von Nacktheit und Sexualität, trat das Medium Fernsehen in ein ganz anderes Licht. Stellt man den oben genannten Beispielen der Sendeformate der 50er Jahre heutige gegenüber, kann der extreme Unterschied überhaupt nicht übersehen werden. Heute gibt es nicht mehr nur die Ratesendungen für die ganze Familie sowie die „netten“ Familienserien, in denen besonders die Heile Welt dargestellt wird. Das Fernsehprogramm wird dominiert von sensationsorientierten Inhalten sowie von Sendungen, die ein gewisses „Massenappeal“ besitzen.²⁸ Wurde den Zuschauern früher nur ab einer bestimmten Uhrzeit und auch nur für eine gewisse Anzahl von Stunden Informationen und Unterhaltung geboten, so haben diese heute durch die große Programmflut die Möglichkeit, rund um die Uhr, von morgens bis abends und selbst in der Nacht, von verschiedensten Formaten und Inhalten unterhalten zu werden. Die Programmgestaltung wird auf eine Art und Weise gemacht, dass diese großen Reiz auf den Konsumenten auswirkt.

3.3 Auswirkungen des Fernsehens auf die Gesellschaft

Fernsehen wirkt in verschiedenen Weisen auf die Zuschauer ein und damit auf die gesamte Gesellschaft. Selbstverständlich geht jeder Einzelne anders mit den Einflüssen um, welche auf ihn einwirken, allerdings sind doch ein paar grundsätzliche Auswirkungen ersichtlich. In diesem Unterkapitel wird im ersten Teil auf die Wirkung des Fernsehens als ein Medium eingegangen und sich im darauffolgenden Part darauf fokussiert, welchen Einfluss die Inhalte, also das Fernsehprogramm, auf die Gesellschaft haben.

3.3.1 Auswirkung des Mediums Fernsehen

Was zu Beginn seiner „Laufbahn“ noch einen Ereignischarakter besaß, wandelte sich in den vergangenen Jahren immer mehr zum Leitmedium der Gesellschaft. Hatten in den 60er Jahren gerade mal circa 30% der Haushalte ein Fernsehgerät, so sind es im heutigen Jahrtausend über 95%.²⁹ Durch die stete technische Weiterentwicklung und Popularisierung dieses Massenmediums besitzen die Menschen heute meist sogar schon mehr als ein Gerät pro Haushalt. Als das Fernsehen noch etwas Neues gewesen ist, drehte sich innerhalb der eigenen Vier Wände alles um dieses Medium. Man

²⁸ Schumacher, *Fernsehen fernsehen*, S. 192.

²⁹ vgl. Gerhards/Grajczyk/Klingler: 2000, S.102, zit. n. Krieger: 2002: S. 7.

nahm es als zentralen Punkt und manch einer gestaltete sogar sein Wohnzimmer dem entsprechend um. Durch eine voranschreitende technische Entwicklung wurde Fernsehen zu einem Industrieprodukt, was als Nebenwirkung mit sich zog, dass Fernsehgeräte kostengünstiger zu erhalten waren und dadurch mehr und mehr Menschen damit konfrontiert wurden. Das Fernsehen wurde für die Menschen zu einem wichtigen Medium und ist heutzutage nicht mehr wegzudenken. Vergleichbar ist dies mit einem Familienmitglied. Kommt man nach Hause und unterhält sich für gewöhnlich mit seinem Partner, ist der Fernseher ebenfalls schon zu einer Gewohnheit geworden. Entweder, dass der Flimmerkasten nur nebenbei läuft, ohne große Aufmerksamkeit zu bekommen, nur als Hintergrundgeräusch, oder dass beispielsweise die „Tagesschau“ als ein tägliches „Must-Have“ eingeschaltet wird. Des Weiteren brachte diese Tendenz, dass so gut wie Jedermann einen Fernseher besitzt, mit sich, dass eine gewisse Gleichstellung der Gesellschaft zum Vorschein kam. Nicht mehr nur der Elitebürger konnte sich ein solches Gerät leisten, sondern peu à peu gelang das Medium auch in die Wohnzimmer des Normalbürgers. Dieser Aspekt hatte selbstverständlich eine positive Auswirkung auf diese, da sie sich wie auf ein und derselben Ebene fühlten. Der stete Trend zu Neuem im Bereich des TV wirkt sich aber ebenfalls auf das Medienkonsumverhalten des Rezipienten aus. Bestand anfangs nur die Möglichkeit, in einer geringen Zeitspanne von wenigen Stunden fern zu sehen, entwickelte sich dies im Laufe der Zeit bis heute dazu, dass rund um die Uhr Fernsehen ausgestrahlt wird. Zu erkennen ist das vor allem auch an den Zahlen, dass ein Deutscher im Jahr 2012 im Schnitt 222 Minuten, d.h. 3,75 Stunden, pro Tag (siehe Abb. 1) ferngesehen hat.³⁰ An dieser Stelle könnte nun aufgeführt werden, dass die Menschen zu viel Zeit vor dem Fernsehgerät verbringen und dies einen negativen Effekt auf die Gesundheit mit sich bringt. Diesen Aspekt in dieser Arbeit zu vertiefen, würde allerdings zu weit gehen. Doch was wirkt sich außerdem noch auf den Zuschauer von Seiten des Fernsehers als technisches Medium aus? Die Bildqualität ist genauso ausschlaggebend, dass das Fernsehen solch einen Reiz auf die Menschen hat. Der Zuschauer empfindet durch inzwischen gestochen scharfe Bilder eine Nähe und Verbundenheit zu dem, was im Fernsehen geschieht. Er fühlt sich als Teil dieses Mediums. Genau durch diese aufkommende Verbindung zu einem elektronischen Medium hat sich auch einiges im Hinblick auf das soziale Umfeld des Zuschauers, persönliche Beziehungen sowie die Kommunikation verändert. Das Fernsehen stellt für viele ein „Rückziehort“ dar, welcher Eintritt in eine andere Welt gewährt. Hierdurch entsteht oftmals so etwas wie Isolation und Abkapselung von Menschen aus dem nähren Umfeld, womit die Reduzierung und

³⁰ Mediendaten Südwest (2013): *Aktuelle Basisdaten zu TV, Hörfunk, Print, Film und Internet*.
URL: <http://www.mediendaten.de/index.php?id=fernsehen-sehdauer-d0> [Stand 2.6.2013]

Beschränkung der Kommunikation einhergeht. Jedoch kommt es gleichermaßen dazu, dass durch das Fernsehen neue Beziehungen entstehen bzw. auf eine andere Art und Weise kommuniziert wird, nämlich durch beispielsweise Diskussionsforen zu einem Sendeformat. Wirft man letztendlich einen allgemeinen Blick auf die Frage, welche Auswirkungen das Fernsehen als elektronisches Medium mit sich brachte, ist zu sagen, dass es den Menschen Zugang zu jeglichen Informationen bietet, Grenzen zwischen Gruppen sowie Hierarchieebenen auflöst und den Blick auf die Welt erweitert.



Sehdauer in Deutschland 2012

Angaben in Minuten

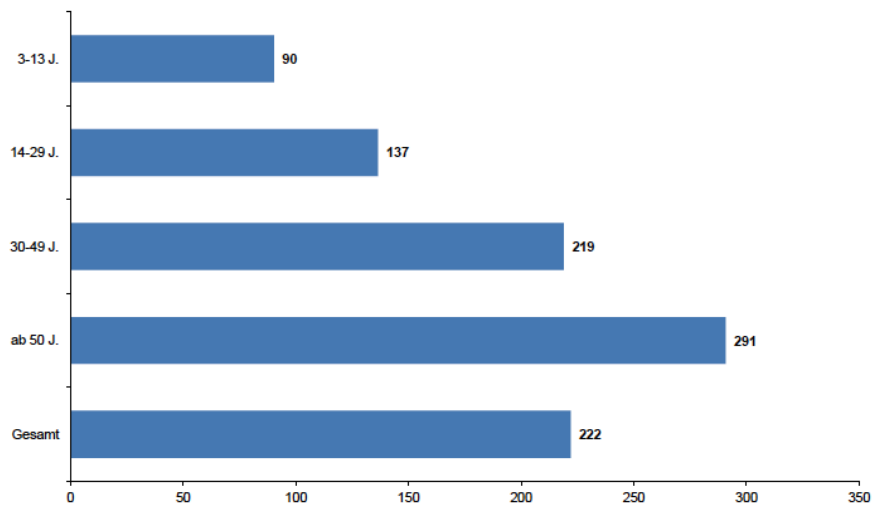


Abbildung 1: Sehdauer in Deutschland 2012 (Angaben in min).

Basis: Montag-Sonntag, 3.00-3.00 Uhr (Fernsehpanel D+EU)

Quelle: AGF/GFK TV Scope, SWR Medienforschung, nach Berechnungen Mediendaten Südwest.

3.3.2 Auswirkung des Fernsehprogramms

In diesem Teil des Kapitels wird konkret auf die Auswirkung des Fernsehprogramms, also der Fernsehinhalte, auf die Zuschauer eingegangen. Es lässt sich nicht verallgemeinern, dass jeder Fernsehzuschauer das Ausgestrahlte, auf gleiche Art und Weise aufnimmt, jedoch können ein paar grundsätzliche Dinge festgehalten werden. Dienten die TV-Inhalte in den ersten Jahren des Fernsehzeitalters vor allem als Informationsvermittlung sowie als Bildungsmedium, so hat sich über die Jahre das Fernsehprogramm immer mehr in ein anderes Licht begeben und neue Wege eingeschlagen. Dies ist auch der Grund, weshalb die Wirkung der Fernsehinhalte heutzutage so sehr anders ist als noch in den 70er und zu Beginn der 80er Jahren war. Was als eine der stärksten Auswirkungen auf den Rezipienten gesehen werden kann, ist, dass es mit

den heutigen Fernsehformaten und Ausstrahlungen zu einer ansteigenden Verwischungen von Realität und Fiktion kommt. Die Sendeformate haben inzwischen besonders den Weg eingeschlagen, dass gewollt versucht wird, realitätsnahe Situationen darzustellen. Dadurch wird dem Gedankenkarussell des Zuschauers eine geringere Chance gegeben, selbst zu entscheiden, für wie real er das Gezeigte hält oder nicht. Diese nicht ganz harmlose Vorgehensweise der Fernsehmacher bringt mit sich, dass viele Menschen immer mehr Schwierigkeiten haben, zwischen Realem und nicht Realem unterscheiden zu können. Das Publikum erhält die Möglichkeit, sich mehr und mehr in eine „andere Welt“ zu flüchten und dadurch auch vor seinem eigentlichen Leben, Alltag und Problemen. Verbunden mit dieser im Vordergrund stehenden Wirkung der Fernsehinhalte sind wiederum verschiedene einzelne Aspekte. Beispielsweise können persönliche Beziehungen entstehen, was in dem Sinne gemeint ist, dass der Rezipient sich so stark zu Darstellern von Sendungen und Serien verbunden fühlt, dass keine Unterscheidung mehr möglich ist, ob diese nun real oder fiktiv sind. Dadurch kommt es häufig dazu, dass sich Menschen von ihrem sozialen Umfeld isolieren und sich auf ihre neuen „Mitmenschen“ konzentrieren. Weiter wird an dieser Stelle allerdings nicht auf diesen Punkt eingegangen, da sich Kapitel 6 noch spezifischer damit beschäftigen wird. Neben dieser Undurchsichtigkeit von Fiktion und Non-Fiktion lässt sich auch ganz allgemein feststellen, dass das heutige Fernsehprogramm dazu führen kann, dass es beim Rezipienten eine gewisse Überforderung bewirkt. Die enorme Anzahl an Sendern und Vielfalt an unterschiedlichen Sendeformaten lassen den Zuschauer nur schwer eine Entscheidung fällen, was er sich ansehen möchte und was nicht. Nichts möchte verpasst werden. Die Sendung und Serien sind absichtlich so konstruiert, dass der Zuschauer miteingebunden sowie persönlich angesprochen wird. Als Folge ist zu erkennen, dass die vielen unterhaltenden Programminhalte den Menschen den Reiz gibt, teilweise viel Zeit vor dem Fernseher zu verbringen und sich auf verschiedenste Situationen einzulassen. Unserer Gesellschaft wird außerdem stets das Angebot gemacht, sich selbst direkt am Fernsehprogramm zu beteiligen. Der Zuschauer erhält, durch z. B. Telefonabstimmungen, Internet-Votings, Gewinnspiele oder auch Social-Network-Aktionen das Gefühl, Mitglied der Fernsehmacher zu sein und das Fernsehprogramm eigenständig mit zu gestalten. Die Auswirkung, die sich davon erhofft wird und auch deutlich zu erkennen ist, ist die Publikumsbindung an eben diese Formate. Doch wie wirken sich die TV-Inhalte noch auf die Gesellschaft aus? Der Fakt, dass ein Großteil des Fernsehprogramms der Unterhaltungsfunktion zugeordnet werden kann, bringt mit sich, dass sich unsere Gesellschaft schrittweise zu einer Spaßgesellschaft entwickelt, welche mehr Wert darauf legt, ständig unterhalten zu werden und sich von dem Verlangen nach Information entfernt. Man ist gewohnt, abends vom Fernsehen entertaint zu werden, was für viele als Spannungsablass genutzt wird.

3.4 Der Wertewandel durch den Einfluss des Fernsehens

Werte dienen im Allgemeinen zur Orientierung und dazu, seinen Platz innerhalb der Gesellschaft und seines Lebens zu finden. Die persönlichen Werte, welche sich jeder Mensch im Grunde selbst vorgibt, werden des Öfteren von gesellschaftlichen Werten beeinflusst und verändert. Doch nicht nur die Gesellschaft und deren Entwicklung alleine gesehen führen einen Wertewandel bei den Menschen herbei, sondern auch die Gesellschaft erfährt die Verschiebung bei der Wichtigkeit von Normen und Wertvorstellungen. Dies kann unter anderem dem Medium Fernsehen zugeschoben werden, das mit Sicherheit einen großen Anteil daran hat. Die verschiedenen Wertvorstellungen, die sich in moralische, ästhetische, politische, religiöse und materielle Werte unterscheiden, spielen alle eine Rolle im Feld des Fernsehens. Im Verlauf der vergangenen Jahre hat sich in diesem Bereich einiges verändert und der Schwerpunkt verschoben. Haben die Menschen früher, als es noch kein Fernsehen gab, Werte und Vorstellungen nur aus ihrem sozialen Umfeld, sprich von Familie, Freunden sowie ihrer sonstigen näheren Umgebung mitbekommen, so erweiterte sich dies mit der immer stärker werdenden Dominanz des Fernsehens immens. Gaben die Eltern einem einst mit, dass Gerechtigkeit, Toleranz, Aufrichtigkeit sowie Ehrlichkeit wichtige Bausteine für das Leben seien, so lässt das TV-Zeitalter zu, dass den Menschen ebenfalls fremde und nicht nahestehende Personen Vorstellungen von bestimmten, heutzutage anscheinend wichtigen Werten, vorgegeben werden. Wird der heutigen Gesellschaft sozusagen vorgegaukelt, dass man Erfolg hat, wenn man einem bestimmten Schönheitsideal entspricht, sich vor der Kamera „zum Affen macht“ und es nicht mehr wichtig ist, ehrlich und vor allem man selbst zu sein. So ist es nicht verwunderlich, dass die Leute inzwischen andere Werte verfolgen. Die Entwicklung zu dieser Werteververschiebung kam allerdings erst mit der Zeit. Anfangs wurden im Fernsehen Inhalte ausgestrahlt, welche sich mehr auf einen friedlichen Umgang innerhalb der Familie oder des Bekanntenkreises bezogen. Genauso Sendungen, in denen Kandidaten teilnahmen, bei denen nicht das Aussehen und Selbstdarstellung im Vordergrund standen, sondern es auf das Wissen sowie respektvolles Miteinander ankam. *„Fast jeder Sendungstyp fungiert als Forum, auf dem kulturelle Fragen aufgeworfen und kommentiert werden.“*³¹ Jeder Sendungstyp dabei auf seine eigene Art und Weise. Schwappt bspw. aus der amerikanischen Kultur bzw. Fernsehen nach Deutschland über, dass sich Menschen u. a. bei Talkshows im Fernsehstudio gegenseitig beschimpfen und fertig machen und es nicht

³¹ Schumacher, *Fernsehen fernsehen*, S. 196.

mehr darauf ankommt, Ehrgeiz und Strebsamkeit in Sachen Beruf und Arbeit an den Tag zu legen, siehe *Paris Hiltons The Simple Life* (erstmals in Deutschland ausgestrahlt 2004), sondern man auch mit „einfachem Nichtstun“ Geld verdienen kann, ist es selbstverständlich, dass sich die Gesellschaft an solchen „neuen“ Werten orientiert. Sendungen wie *Das Dschungelcamp* oder *Big Brother* geben den Rezipienten mit, dass Intrigen und Lästerei zur Normalität gehören und selbst vor der Kamera demonstriert werden. Wieso sollten diese dann nicht auch der Meinung sein, dass Werte wie Ehrlichkeit und Respekt im heutigen Leben keine große Rolle mehr spielen und Abstand zu diesen Vorstellungen nehmen. Aus Rücksichtnahme und Verantwortungsbewusstsein auf seine Mitmenschen hat sich der Trend zur Bloßstellung und Belustigung entwickelt, was mitunter bei Sendeformaten wie *Deutschland sucht den Superstar*, wo meist eine Beurteilung durch eine Jury eingebunden ist, zu beobachten ist. Die Gesellschaft befindet sich im heutigen Zeitalter letztendlich in einem vollkommen anderen Lebensstil als noch vor 50 Jahren und da der Mensch ein sich stets anpassendes Wesen ist, ist es natürlich auch selbsterklärend, dass er neue Ideale und Wertvorstellungen annimmt und alte in den Hintergrund rücken. Durch Konfrontation mit verschiedensten Rollen und Zugang zu unterschiedlichen sozialen Bühnen³² schreitet stetig eine Entwicklung von alten Werten zu neuen Normen voran:

3.5 Erweiterung des Spektrums an TV-Genres

Das Jahr, in dem alles begann und das einflussreiche Massenmedium Fernsehen das Licht der Welt erblickte, ist kaum mehr mit der heutigen Fernsehwelt vergleichbar. 1952 wurde täglich zwei Stunden, von jeweils 20 bis 22 Uhr, Programm ausgestrahlt und nur „an einzelnen Wochentagen wird ein halb- bis einstündiges Nachmittagsprogramm gesendet.“³³ Beschränkte sich das Fernsehprogramm damals auf erstmals Nachrichten, nämlich die *Tagesschau*, mal eine Live-Übertragung eines besonderen Ereignisses und dem *Wort zum Sonntag*, wird hier deutlich, dass das Hauptaugenmerk auf der Vermittlung von Information für den Zuschauer lag. Mit der Zeit blieb es allerdings nicht nur bei der Vermittlung von Information und Nachrichten. Im Jahr 1954 wurde schließlich das Genre-Spektrum durch die Erstaussstrahlung der ersten Familienserie in Deutschland ergänzt und 1958 reihte sich auch noch die Serien-Unterkategorie der Krimiserie ein. Kindersendungen, wie man sie aus dem heutigen Fernsehen kennt, gab es zu Beginn nicht. Zuerst wurden Programmformate für Kinder eine Ergänzung, wel-

³² Schumacher, *Fernsehen fernsehen*, S. 199.

³³ Fernsehmuseum Hamburg e.V. (2011): *Chronik des deutschen Fernsehens*. URL: <http://www.fernsehmuseum-hamburg.de/chronik8.html> [Stand 28.4.2013].

che einen erzieherischen Beitrag leisteten, was u. a. durch Basteln oder Singen erzielt wurde. Erst im Laufe der Jahre kamen Serien für die jungen Zuschauer hinzu. In das Programm-Spektrum wurde ebenfalls Comedy und Unterhaltung eingegliedert. Anfangs standen diese beiden Sendeformate in sehr enger Verbindung zu einander. Komödiantische Inhalte wurden durch verschiedene Unterhaltungsshowes vermittelt, durch welche jeweils ein Moderator das Publikum führte. Daraus entwickelte sich, dass Komödienfilme und schließlich serielle Humorsendungen ausgestrahlt wurden, was man als Vorläufer der heutigen Sitcoms bezeichnen kann. Sportsendungen sowie Sportereignis-Übertragungen und allgemeine Unterhaltungssendungen, wozu auch Quiz-Shows und Kochsendungen gezählt werden, waren und sind ein wichtiger Bestandteil des breit gefächerten Fernsehprogramm-Spektrums. Was sich im gesamten Fernsehzeitalter noch ergeben hat, sind z. B. verschiedene Politikmagazine, welche sich herausbildeten und einen Beitrag zur politischen Meinungsbildung leisteten. Letztendlich kristallisierte sich auf die gesamte Entwicklung des Fernsehens gesehen heraus, dass die Rezipienten neben dem Interesse an Informationen besonders ein Bedürfnis nach Unterhaltung hatten und auch noch haben. Aus diesem Grund begab man sich stets mehr und mehr auf den Weg in Richtung neuer Unterhaltungsprogrammpunkte. So ist heutzutage zu beobachten, dass das Fernsehprogramm zu einem Großteil aus Entertainment-Angeboten besteht. Neben den täglichen Serien, Spielfilmen und Shows nehmen unterschiedliche Formen des Reality-TV eine starke Rolle ein. Zu erkennen ist, dass im Hinblick auf die Programmvietfalt des Fernsehens bisher kein Ende eingetreten ist. Immer wieder schlagen die Fernsehmacher und Produzenten einen neuen Weg ein und versuchen mit innovativen Sendeformaten den Erwartungen der Zuschauer entgegenzukommen und gerecht zu werden.

4 Start des Reality TV

4.1 Definition

Im Verlauf der Recherche stellte es sich heraus, dass es schwierig ist, hier eine maßgeschneiderte, treffende Definition des Reality-TV niederzuschreiben und mit dieser einher zu gehen. Der Grund dafür liegt darin, dass dieses Fernsehgenre³⁴ in den Jahren seit seines Aufkommens einen steten Wandel verzeichnet. Dieses Fernsehphänomen musste sich demnach bereits einigen Definitionen annehmen. So äußerte sich zum Beispiel Wegener zum Realitätsfernsehen, wie der deutsche Begriff lautet, folgendermaßen: Reality-TV hatte in Deutschland seinen Start in den 1990er Jahren, war jedoch bereits in den USA ein etabliertes TV-Format. Des Weiteren umschreibt sie das Genre so, dass all die zugehörigen Sendungen eine gemeinsame Basis besitzen, welche tatsächliche Ereignisse sind, welche nachgestellt sind oder durch Videoaufnahmen von Augenzeugen dokumentiert werden. Als eine Charakterisierung der Ereignisse bringt Wegener den Begriff „Grenzsituationen“ ins Spiel. Auch das Aufteilen der einzelnen Sendungen in verschiedene Fragmente sowie ein durch die Sendung führender Moderator seien markant für Reality-TV.³⁵ Unter diesem Aspekt, dass es bisher keine geltende, feststehende Definition von Reality-TV gibt, kann nur aufgezeigt werden, dass Realitätsfernsehen ein TV-Genre bezeichnet, welchem sich einige verschiedene Fernsehformate unterordnen lassen. Es werden Situationen und Ereignisse aus der Wirklichkeit dargestellt. Hierbei kann dies tatsächliche, aber auch inszenierte Wirklichkeit bedeuten. Es sollte an dieser Stelle allerdings festgehalten werden, dass dieses stets kritisch betrachtete Fernsehgenre der Kategorie des Affektfernsehens angehört und sich auf einem schmalen Grat zwischen Realität und Fiktion bewegt. Was aber ist Affektfernsehen? In dieser Art des Fernsehformats stehen einzelne Menschen und deren Schicksal im Mittelpunkt des Geschehens.³⁶ Das Brechen von Tabus sowie die Orientierung an Sensationen und Unterhaltung sind typisch dafür.

³⁴ „Unter einem Fernsehgenre versteht man ein spezifisches Darstellungsmuster mit inhaltlichen, stofflich-motivlichen, dramaturgischen, stilistischen, formal-strategischen, ideologischen Konventionen und manchmal auch mit einem bestimmten Rollen- und Figureninventar bzw. einer individuellen Person als anchor man oder anchor woman.“ (Faulstich, Werner: *Grundkurs Fernsehanalyse*. Wilhelm Fink Verlag, Paderborn 2008, S. 34.).

³⁵ Wegener, *Reality-TV*, S. 15-16.

³⁶ vgl. Weiß, Judith: „*Phänomen Castingshow*“. *Untersuchungen zu Produktion und Rezeption eines TV-Formates*. Wien: Universität Wien, Diplomarbeit, 2010.

4.2 Merkmale

Diese Art eines Fernsehgenres hat zurückblickend auf die gesamte Entwicklung des Mediums Fernsehen wahrscheinlich die stärksten und auch rasantesten Veränderungen durchlebt. Durch einen ständigen Wandel und Weiterentwicklung im Bereich der Medien, hier vor allem mit Blick auf das Internet, musste bzw. muss sich das Genre des Wirklichkeitsfernsehens daran anpassen und stetig mitwachsen. Besonders wichtig ist dies, da der Zuschauer gerade innerhalb dieses Genres immer wieder Neues, Extremes sowie Außergewöhnlicheres erwartet. Der Anspruch und die Erwartungen, welche von Seiten des Rezipienten auf Reality-TV lasten, ist also in der heutigen Gesellschaft recht hoch, doch die Grundeigenschaften und Merkmale von Reality-TV lassen sich von Beginn an durchgehend wiedererkennen. Folgende Charakteristika sind als diese Grundmerkmale zu nennen und werden kurz erklärt und erläutert: Inszenierung, Personalisierung, Emotionalisierung, Intimisierung, Authentizität, Stereotypisierung.

Inszenierung:

Hinter Aktionen bzw. Darstellungen stecken gewollte und geplante Absichten. Dinge werden bewusst abgebildet und präsentiert, sollen für den Zuschauer jedoch ungeplant und real wirken. Der Inszenierungscharakter dieses Genres ist sozusagen das „Über-Merkmal“. Es umfasst alle folgenden Merkmale

Personalisierung:

Die Darsteller der Sendeformate werden in der Regel als Persönlichkeit inszeniert. Durch dieses Hervorheben einzelner, persönlicher Schicksale wird versucht, eine „innige“ Beziehung zwischen den Protagonisten und dem Rezipienten aufzubauen. Dabei kommt es auch dazu, dass diese als Identifikationsfiguren wahr- bzw. angenommen werden. Mit der Personalisierung sowie der damit erzeugten Bindung wird der Zuschauer und sein Interesse gelockt und gehalten.

Emotionalisierung:

Die hier als Merkmal erwähnte Emotionalisierung ist sehr eng mit dem Merkmal der Personalisierung verbunden. Selbstverständlich gehören Aspekte wie die Szenen-Unterstreichungen durch emotionale Musik, Großaufnahmen der Protagonisten in dramatischen oder rührenden Momenten als Stilmittel dieser Merkmal-Kategorie an, allerdings kann als entscheidende Eigenschaft das Zeigen starker Emotionen genommen werden. Ausschlaggebend dabei ist, dass die Figuren ihren Gefühlen freien Lauf lassen und meist keinerlei Hemmungen zeigen. Den Zuschauer erhascht somit auch ein starkes Gefühl, positiv sowie negativ; es kann sich um Freude, Mitleid oder sogar Hass handeln.

Intimisierung:

Wiederum lässt sich hier eine Verbindung zur Personalisierung erkennen. Dem Zuschauer werden Einblicke gewährt, welche eigentlich dem privaten, intimen Bereich der Menschen einzuordnen sind, z- B. Krankheiten, Sexualität oder auch zwischenmenschliche Beziehungen. Die Intimisierung fördert des Öfteren einen Vergleich des Rezipienten mit seiner eigenen Lebenssituation, wobei viele Zuschauer durch solch private und intime Darstellungen in ihrem Schamgefühl getroffen fühlen.

Authentizität:

Diese Charaktereigenschaft von Reality-TV wird hervorgehoben, indem Szenen aus alltäglichem Leben dargestellt werden. Situationen, welche der Rezipient kennt und sich mit identifizieren kann. Verhalten und Auftreten der Protagonisten werden dabei als „lebensnah“ und „echt“ empfunden. Sind die Darsteller authentisch, fühlt sich das Publikum stärker angesprochen und verstanden. Hier fließt ebenfalls der Identifikationsaspekt mit hinein, welcher als Folge von Authentizität im Realitätsfernsehen gesehen werden kann.

Stereotypisierung:

Mit Reality-TV-Formaten wird nicht das Ziel verfolgt, die Darsteller und Teilnehmer in ihrer eigentlichen, verankerten Persönlichkeit zu präsentieren. Zum Einen ist das nicht passend für dieses TV-Genre, zum Anderen würde dies auch aus Zeitgründen nicht funktionieren. Jede Einheit, und damit sind hier die Sendungen bzw. Folgen und jede Show gemeint, ist zeitlich begrenzt. Innerhalb dieses Zeitraums wäre es unmöglich, intensiv auf die Person einzugehen. Es veranlasst die Produzenten der Sendeformate, nur Oberflächliches und typische Charakterzüge zu zeigen, d. h. nur Darstellungen eines Stereotypens.³⁷ Dadurch entsteht wiederum eine gewisse Vertrautheit für den Zuschauer. Durch die Hervorhebung bestimmter Klischees und stereotypischen Darstellungsformen sowie Handlungen kommt eine direkte Ansprache und Verbundenheit zum Publikum zustande.

Abschließend und als Fazit dieses Unterkapitels soll verdeutlicht werden, dass Realitätsfernsehen in vielerlei Hinsicht grenzüberschreitend ist. Seine verschiedenen Merkmale stehen teilweise in Kontrast zueinander, so z. B. Authentizität und Inszenierungscharakter. Eigentlich lässt sich dies nicht in Einklang bringen, doch vielleicht ist es genau das, was den Zuschauer reizt und anspricht.

³⁷ vgl. Klaus, Elisabeth/Lücke, Stephanie (2003): *Reality TV – Definition und Merkmale einer erfolgreichen Genrefamilie am Beispiel von Reality Soap und Docu Soap*. In: M&K Medien & Kommunikationswissenschaft 51. Jg. 2/2003, S. 209.

4.3 Hintergrund und Entwicklung

Das Fernsehgenre Reality-TV ist seit Beginn der 90er Jahre des 20. Jahrhunderts Teil der deutschen Fernsehlandschaft. Über die gesamte Zeit bis heute ist klar zu erkennen, dass das Wirklichkeitsfernsehen eine stets voranschreitende Entwicklung durchmachte und mit Sicherheit auch noch nicht am Endpunkt angekommen ist. Der Trend dieser Fernsehkultur setzt sich weiterhin fort.

Zuerst jedoch nochmals einen Blick zurück in die Vergangenheit. Wo liegt der Start dieses Genres? Woraus und wie kristallisierte dieses sich heraus? Seine Wurzeln sind in den USA zu finden. Seit circa Ende der 80er Jahre zählt dieses Sendeformat in seinem Ursprungsland zum festen Bestandteil des Fernsehprogramms. Die Entstehung von Reality-TV ist letztendlich darauf zurück zu führen, dass das Medium Fernsehen innerhalb seines Informationsbereichs eine Veränderung durchlebte. Auf Grund eines starken Konkurrenzkampfes gestaltete es sich für die Sender immer schwieriger, hohe Einschaltquoten durch „einfache“ Nachrichtenformate zu erreichen und diese dann auf lange Sicht zu halten. Durch den Einsatz von kürzeren, plakativeren und gezielt ausgewählten Beiträgen sowie einer verstärkten Ansprache des Zuschauers auf emotionaler Ebene gelang der Versuch, dem erfolgreich entgegen zu wirken. Die Nachrichten wurden zur „news show“. Darauf hin entstanden hieraus „Tabloid TV-News“, welche eine „echte“ Story beinhalten mussten, die die Merkmale wie bspw. Personalisierung sowie Konflikt- und Gewaltdarstellung vertreten mussten. Erste Varianten des Reality-TV sind somit entstanden. Dazu zählen unter anderem Sendeformate wie *Rescue 911*, *Top Cops* oder *A current affair*. Amateurvideos von Unfällen, Katastrophen und Verbrechen gestalteten deren Inhalt und bedeuteten für die Zuschauer ein neues Fernseherlebnis. Diese innovative Art von Fernsehen wurde in der darauffolgenden Zeit als Vorbild genommen. Europaweit ließen sich die Sender, besonders die privaten, von diesen Formaten inspirieren. Entschärfte Versionen eroberten den europäischen Markt und erfahren bis in die Gegenwart große Erfolge. Wirft man allerdings einen präzisen Blick auf die erste deutsche Sendung, welche im weitesten Sinn dem Reality-TV zuzuschreiben ist, so kann gesagt werden, dass bereits im Jahr 1967 ein erstes Format dieses Genres in Deutschland ausgestrahlt wurde: *Aktenzeichen XY ... ungelöst*. Gesendet vom öffentlich-rechtlichen Sender ZDF, wird sie sogar als Vorreiter für die Entstehung der US-amerikanischen Sendung gesehen. Zur Anfangszeit des deutschen Wirklichkeitsfernsehens, wie man es heute kennt, in den 90er Jahren, wurde dem Fernsehpublikum einige verschiedene Varianten geboten. Meistens ging es bei diesen um Schilderungen nachgestellter Straftaten und Polizeieinsätzen oder auch um Originalbilder von Unfällen und Katastrophen. Formate waren beispielsweise *Polizeireport Deutschland* auf Tele5, *Auf Leben und Tod* auf RTL, *Retter* auf SAT1.

Erweitert wurde das Reality-TV-Programm in den darauffolgenden Jahren durch Ausstrahlungen von Sendungen, in denen es um persönliche Schicksale ging. Standard-

Themen waren u. a. die Suche nach vermissten Personen. Hierbei wurde bereits stark mit Emotionalität gespielt und der Zuschauer damit angesprochen. Wie man heute weiß, ist das Fernsehgenre Realitätsfernsehen so breit gefächert, dass eine enorme Anzahl verschiedener TV-Formate dazugezählt wird, wie bereits erwähnte Sendungsvarianten, aber auch Shows wie *Herzblatt* auf ARD, *Nur die Liebe zählt*, Formate, bei welchen Menschen auf Beziehungsebene frisch oder erneut zusammengeführt werden. Das Rad drehte sich immer weiter ; Gerichts-Shows wie *Richterin Barbara Salech* und erzählerische Dokumentationen wie *OP. Schicksale im Klinikum* reihten sich in die Masse der verschiedenen Reality-TV-Formen ein. Mit großer Begeisterung von Seiten der Fernsehzuschauer wurden dann zu Beginn des 21. Jahrhunderts Sendungen aus dem Bereich Reality-Soap aufgenommen. Der erste Vertreter war das Format *Big Brother* auf RTL/RTL II. Nicht-prominente Menschen werden in einem extra erstellten Setting von den Zuschauern beobachtet. Dieses erhält dabei sogar die Möglichkeit, aktiv mitzuwirken, indem in regelmäßigem Abstand die Kandidaten rausgewählt werden. Die aktuellsten Entwicklungen kann man in den Formaten der Casting-Shows, Helfer-Shows und Make-Over-Shows sehen. Bis heute werden Sendungen wie *Deutschland sucht den Superstar*, *Die Super Nanny* oder *Einsatz in vier Wänden* gezeigt und es kommen stets neue hinzu. Auch Prominente nehmen sich diesem TV-Genre an und präsentieren sich in Shows wie *Das Dschungelcamp – Ich bin ein Star, holt mich hier raus*.

Eindeutig ist zu erkennen, dass bereits eine sehr starke Entwicklung hinter dem TV-Genre Reality-TV liegt und diese unter Garantie auch noch nicht am Ende angekommen ist. Durch weitere Adaptionen und Verknüpfungen verschiedener, bereits verwendeter Ideen mit neuen Möglichkeiten, wird auch in Zukunft dem Fernsehzuschauer eine Masse an Realitätsfernseh-Formaten geboten. Ein Trend der Medienwelt, welcher stetig nach oben verläuft.

4.4 Subgenres von Reality TV

Wie bereits aus der bisherigen dargestellten Sachlage dieser Arbeit heraus zu lesen ist, besteht das Reality-TV nicht nur aus einer Kategorie von TV-Sendungen, sondern umfasst eine immer weiter wachsende Anzahl von Format-Typen. Diese Formate sind meist recht unterschiedlich, bedienen sich allerdings alle einem selben Stilmittel, dem der Realität, ob nun der „wirklichen“ Realität oder auch nur „inszenierter“ Realität.

In der Film- und Fernsehwissenschaft hat sich bisher keine einheitliche Unterteilung von Reality-TV in die verschiedenen Unterformate durchsetzen können. Zum Einen liegt dies, wie im obigen Abschnitt bereits erwähnt, daran, dass mit immer wieder neu hinzu kommenden Sendeformaten das Genre erweitert wird, und zum Anderen ist ein

ausschlaggebender Faktor dafür, dass vielerlei unterschiedliche Ansichten dies bezüglich existieren. Wirft man einen Blick auf mögliche Unterteilungen, so gibt es einerseits eine eher allgemeine, bezeichnet man es als „grobe“ Einteilung, und andererseits lässt dieses TV-Format aber auch genauso eine präzise Unterteilung zu. Folgend in diesem Kapitel werden zwei der Möglichkeiten der Unterteilung aufgezeigt:

Grobe Einteilung:

- Reality-Shows
- Reality-Doku
- Doku-Soaps
- Scripted Reality / Pseudo-Doku-Soaps

Präzise Einteilung:

Innerhalb der Anhäufung verschiedener Einteilungen ist ebenfalls ein weiterer Aspekt zu entdecken, welcher auf die Ansicht von Angela Keppler zurückgeht. Keppler hat den Gedanken, dass zwei Formen von Reality-TV existieren. Das narrative und das performative Realitätsfernsehen. Keppler definiert diese beiden Kategorien folgendermaßen:

- **narratives Realitätsfernsehen:** „[...] der Zuschauer (wird) mit der authentischen oder nachgestellten Wiedergabe tatsächlicher Katastrophen unterhalten [...].“
- **performatives Realitätsfernsehen:** „[...] Unterhaltungssendungen, die sich zur Bühne herausgehobener Aktionen machen, mit denen gleichwohl direkt oder konkret in die Alltagswirklichkeit der Menschen eingegriffen wird.“³⁸

Mit dem kontinuierlich voranschreitenden Trend des Wirklichkeitsfernsehens kristallisieren sich, aufbauend auf Kepplers frühere Ansicht, heute vier Arten des narrativen und sieben Arten des performativen Reality-TV heraus. Dem narrativen Reality-TV werden folgende Subgenres zugeordnet:

³⁸ Keppler, Angela: *Wirklicher als die Wirklichkeit? Das neue Realitätsprinzip der Fernsehunterhaltung*. Fischer-Taschenbuch-Verlag, Frankfurt am Main 1994, S. 8.

1. gewaltzentrierte Sendungen
2. Real-Life-Comedy
3. Gerichts-Shows
4. Personal-Help-Shows

Dem performativen Reality-TV gehören diese sieben Unterkategorien an:

1. Beziehungs-Shows
2. Beziehungs-Game-Shows
3. Daily Talks
4. Problemlösesendungen bzw. Coaching-Shows
5. Casting-Shows
6. Doku-Soaps
7. Reality-Soaps

Die verschiedenen Subgenres, welche hier aufgezählt wurden, stellen gleichzeitig Einflussfaktoren auf andere Sendeformate dar und stehen in verwandtschaftlicher Beziehung zu weiteren Fernsehgenres (siehe Abb.2).

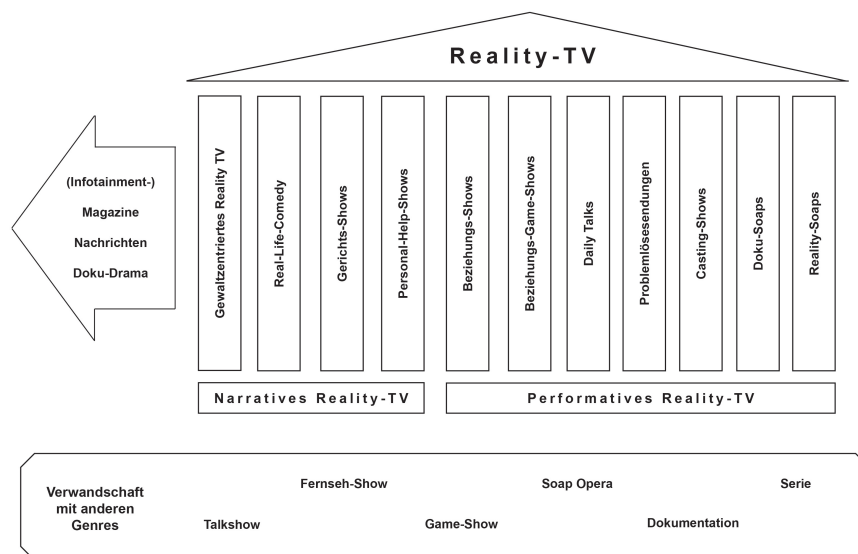


Abbildung 2: Einteilung von Reality-TV in seine verschiedenen Subgenres, in Anlehnung an Angela Keppler

In den folgenden Abschnitten dieses Kapitels werden die verschiedenen Subgenres genauer beschrieben.

Reality Show

Als Basis dient bei diesem Format zu meist ein unbekanntes und ungewohntes Umfeld. Kandidaten werden innerhalb dieses außergewöhnlichen Settings mit verschiedenen Prüfungsaufgaben konfrontiert. Die Fernsehzuschauer haben in der Regel die Möglichkeit, durch Votings Einfluss auf den Verlauf der Show zu nehmen. Ein wichtiges Merkmal dieses Sendeformats ist, dass die Teilnehmer, die hierbei je nach Sendung Prominente oder „normale“ Bürger sind, unter steter Kamerabeobachtung stehen.

Reality-Soap

Reality-Soaps strecken sich im Normalfall über einen längeren Zeitraum und integrieren feste Charaktere. Die Zuschauer können sich an einem fortlaufenden Handlungsstrang orientieren. Es werden soap-typische, aber auch lebensnahe Geschichten erzählt und von Laiendarstellern gespielt. Oftmals werden die Charakterrollen den echten Profilen der Darsteller angepasst und Stories in eine feste Kulisse, was bspw. eine Loft-WG sein kann, integriert.

Doku-Soap

Die Doku-Soap zeichnet sich besonders durch ihre dokumentarische Darstellung aus. Dies ist ein wichtiges Stilelement dieses Subgenres. Die Szenarien behandeln Themen, welche verschiedene Berufsgruppen betreffen kann oder aber auch Handlungen bzw. Situationen, die bestimmte Lebensphasen aus dem Alltag der gefilmten Protagonisten aufzeigt, bspw. das Leben in einer Großfamilie, Jobsuche, etc. Die gezeigten Menschen entsprechen in der Regel realen Persönlichkeiten und es werden keine extra Darsteller ausgewählt.

Gerichts-Shows

Dieses Format des Reality-TV bietet dem Zuschauer eine weitere Variante vom Aufeinandertreffen von Realität und Fiktion. Dem Publikum werden inszenierte Gerichtsverhandlungen zu unterschiedlichsten Fällen gezeigt, die wahre Situationen als Hintergrund haben. Tatsächliche „Profi-Juristen“ treffen auf Laiendarsteller.

Real-Life-Comedy

Real-Life-Comedy zeigt dem Fernsehpublikum Beiträge, die einen komödiantischen Eindruck vermitteln. Es sind teilweise Situationen aus dem normalen Alltag, aber auch Situationen wie beim Begehen eines Verbrechens, die der Rezipient nicht kennt. Innerhalb dieser Szenarien geschieht etwas Unerwartetes und meist Ungewolltes, was den „Comedy-Effekt“ hervorruft.

Problemlösesendung / Coaching-Show

In diesem Fall steht neben den Darstellern, die sich und ihre Lebenssituation dokumentieren lassen, ein Berater-Team im Mittelpunkt dieses Subgenres. Die Art der Hilfestellung der Experten ist breit gefächert. Es kann Unterstützung geboten werden, welche sich auf Personen, soziale Verhältnisse, das Lebensumfeld aber auch Gebrauchsgegenstände beziehen. Die Akteure werden dazu gebracht, sich ihren Problemen selbst zu stellen. Sie erhalten lediglich Unterstützung des Experten-Teams.

Daily Talks

Dieses täglich gesendete Format präsentiert Menschen, welche in einem Studio unter Leitung eines Moderators von ihren Problemen oder kritischen Lebensumständen berichten. Mehrere Gäste sowie ein sich ebenfalls vor Ort befindendes Publikum können sich zu den vorgebrachten Themen äußern. Oftmals kommt es zu übertriebener Emotionalität und Gefühlsausbrüchen.

Beziehungs-Show

Das Hauptaugenmerk liegt bei dieser Unterkategorie auf den Themen Liebe und Partnerschaft. Zu meist geht es speziell um die Partnersuche, wobei diese bei den aktuellen Sendeformaten innerhalb arrangierter Settings, jedoch in die Alltagsumgebung der Kandidaten integriert, stattfindet. Im Vergleich zu früheren Beziehungs-Shows, welche in Fernsehstudios stattfanden und sich oft mit der „Rettung“ von gescheiterten Liebesbeziehungen beschäftigten, sind die heutigen Shows in mehrere Folgen unterteilt.

Personal-Help-Show

Dieses Sendeformat kann im Gegensatz zu Coaching-Sendungen eher als passiv bezeichnet werden. Damit soll gemeint sein, dass Berater, was z. B. Psychologen sein können, Menschen beratend zur Seite stehen und sich deren Problemen annehmen.

Beziehungs-Game-Show

Bei Beziehungs-Game-Shows geht es im Grunde um die Unterhaltung des Publikums durch verschiedene Spiele, welche von Kandidaten vor der Kamera ausgetragen werden. Dazu können Wettbewerbsspiele von bereits zusammengehörenden Kandidatenpaaren gezählt werden, aber genauso fallen Kennenlern-Spiele unter diese Kategorie. Für den ersten Bereich soll *Traumhochzeit* als Beispiel genannt werden und für den zweiten steht exemplarisch die frühere Sendung *Herzblatt*.

Casting-Show

Casting-Shows sind grundsätzlich nichts anderes als Talentwettbewerbe. Diese werden in eine über mehrere Sendungen aufgebaute Show gepackt. Kandidaten stellen sich vor eine Experten-Jury und präsentieren ihr Können in Bereichen wie Gesang, Modeln, Tanzen etc. Von den Jurymitgliedern wird entschieden, welche Kandidaten in

die nächste Runde kommen. In den meisten Fällen erhält auch der Rezipient die Möglichkeit, durch telefonische Abstimmung über Ausscheidung oder Weiterkommen, den Show-Verlauf mit zu bestimmen.

4.5 Beispiele verschiedener Reality-Formate

In folgendem Kapitel wird eine Auswahl von Sendungen zu verschiedenen Subgenres aufgezeigt. Die jeweiligen Sendungsformate werden in Kürze vorgestellt.

Casting-Show – Beispiel: *Germany's Next Topmodel*

Das wöchentliche Sendungsformat *Germany's Next Topmodel* gehört der Unterkategorie Casting-Shows an und ist seit einigen Jahren auf dem Sender PRO 7 im deutschen Fernsehen vertreten. In den bereits acht Staffeln geht es um eine Casting-Situation, in welcher die Moderatorin und zugleich auch Mitglied einer dreiköpfigen Jury, *Heidi Klum*, über Bewerberinnen urteilt, die ihr Ziel, eine Modelkarriere, anstreben. Die Teilnehmerinnen müssen sich im Verlauf der Sendereihe mehreren Aufgaben, wie Fotoshootings oder Catwalk-Gänge, stellen, bei denen ihre Modeltauglichkeit geprüft wird. Die Fachjury entscheidet über den Einzug in die jeweils nächste Runde und letztendlich, wer als Siegerin aus der Show hervorgeht und einen Vertrag bei einer Modelagentur erhält.

Reality-Show – Beispiel: *Das Dschungelcamp*

Bei dieser täglich ausgestrahlten Reality-Show auf RTL wird im australischen Dschungel ein Setting geschaffen, in welchem prominente Kandidaten für einen beschränkten Zeitraum gemeinsam leben. Dabei stehen diese unter dauerhafter Kamerabeobachtung und müssen sich verschiedenen außergewöhnlichen Prüfungsaufgaben unterziehen. Diese werden als Dschungelprüfungen bezeichnet. Ein Moderatoren-Team aus zwei Moderatoren führt durch den gesamten Sendungsverlauf, kommentiert das Verhalten der Teilnehmer und leitet die Prüfungssituationen. Die Zuschauer entscheiden durch Telefon-Voting, welcher der Kandidaten sich einer Dschungelprüfung stellen und genauso, wer das Dschungelcamp verlassen muss. Die Protagonisten haben jedoch auch selbst die Möglichkeit, freiwillig das Camp zu verlassen. Am Ende geht der noch letzte übrig gebliebene Kandidat als Dschungelkönig hervor.

Doku-Soap - Beispiel: *Goodbye Deutschland – Die Auswanderer*

Goodbye Deutschland – Die Auswanderer wird auf dem Fernsehsender VOX ausgestrahlt. Fokussiert werden hier aus Deutschland stammende Einzelpersonen, Paare oder ganze Familien, die den Wunsch haben, auszuwandern oder bereits ausgewandert sind. Die Protagonisten werden über eine längere Phase dokumentarisch begleitet, in welcher dem Zuschauer zuerst die Personen vorgestellt werden und daraufhin den gesamten Vorgang der Auswanderung verfolgen kann. Gefilmt werden die Leute

von Beginn an in der neuen Heimat und teilweise bis zu mehreren Jahren vom Fernsehsender begleitet. Ebenfalls besteht die Möglichkeit, dass nach mehreren Monaten oder Jahren die Familie erneut besucht und rückblickend die Auswanderung analysiert wird. Der Rezipient erhält durch dieses Fernsehformat ebenfalls Einblicke in fremde Länder und Kulturen.

Coaching-Show – Beispiel: *Die Super Nanny*

Bei diesem Sendeformat, welches Ende 2011 vom Sender RTL abgesetzt wurde, steht eine diplomierte Sozial-Pädagogin Eltern mit Erziehungsschwierigkeiten oder anderweitigen Problemen innerhalb der Familie beratend und unterstützend zur Seite. Eine Woche wohnt die Expertin gemeinsam mit der um Hilfe bittenden Familie in deren Zuhause, beobachtet das Zusammenleben, stellt darauf abgestimmte Regeln auf und coacht schwierige Situationen. Während dieser gesamten Zeit ist ein Kamerateam vor Ort und filmt das Geschehen. Durch die von der *Super Nanny* vorgebrachten Lösungsvorschläge sollen die betroffenen Eltern lernen, selbst aktiv kritische Situationen zu meistern. Videoanalysen sowie Hintergrundinterviews komplettieren diese Sendung.

Beziehungs-Show – Beispiel: *Bauer sucht Frau*

Das Konzept dieser Beziehungs-Show basiert auf der Partnersuche verschiedener Landwirte. Die Erstaussstrahlung auf RTL erfolgte im Oktober 2005 und soll im Herbst 2013 bereits bei der neunten Staffel angelangt sein. Die Bauern stellen sich in einer mehrere Monate vor Start der neuen Staffel ausgestrahlten Pilotsendung den Zuschauern vor, worauf hin sich Personen bei diesen bewerben können. Die Landwirte entscheiden sich für ein oder zwei Frauen, welche sie gerne kennenlernen möchten und laden letztendlich deren Wunschpartnerin auf ihren Hof ein, gemeinsam eine Woche mit ihnen zu verbringen. Dort geben sich die „Neu-Bäuerinnen“ dem Land- und Hofleben hin und eventuell entsteht eine Liebesbeziehung zwischen den beiden. In einer Finalshow bekommt der Rezipient gezeigt, was aus den jeweiligen Bauernpaaren geworden ist; wer zusammengezogen ist oder sogar eine Hochzeit plant. Eine Moderatorin, *Inka Bause*, führt das Publikum durch die gesamte Sendung und gibt Off-Kommentare.

4.6 Vermarktung und Vermarktungsstrategien

Jedermann kennt sie, die beliebten Reality-TV-Formate, ob gewollt oder ungewollt. Das breite Angebot macht es quasi unmöglich, diese nicht zu kennen. Unabhängig davon, ob die Leute eine dieser Sendungen schauen oder nicht; an den verschiedensten Orten wird man schließlich damit konfrontiert. In der heutigen Zeit ist es nicht mehr ausreichend, nur vorab der Erstaussstrahlung einer Sendung oder Serie auf dem entsprechenden Fernsehkanal einen Vorschauspott auszustrahlen. Die Fernsehmacher

müssen sich ebenfalls Gedanken dahingehend machen, wie sie das Format im Laufe der Ausstrahlung weiterhin erfolgreich vermarkten, es somit den Menschen ins Bewusstsein bringt und diese ebenfalls an das Programm bindet. Die Fernsehsender, vor allem die privaten TV-Sender, nutzen neben ihrer eigenen Plattform zusätzlich weitere Kanäle, um ihre Produkte, damit sind hier die Sendungsformate gemeint, zu vermarkten.³⁹ Wichtig dabei ist, zwar einerseits die breite Masse anzusprechen, was in der Regel durch das Fernsehen als Massenmedium geschieht, und andererseits in weiteren Schritten stärker auf die jeweilige Zielgruppe der Rezipienten einzugehen, um eine erfolgreiche Vermarktung zu vollziehen. Damit dies erreicht wird, nutzen die Sender eine Kombination verschiedener Kanäle. Zu diesen Kanälen zählen die medialen, telekommunikativen und institutionellen Kanäle. Als medialer Kanal wird grundlegend das Massenmedium an sich bezeichnet. Es werden Informationen an ein weit gestreutes Publikum vermittelt. Die telekommunikativen Kanäle ermöglichen dagegen einen Dialog zwischen den Sendern beziehungsweise dem Sendungsformat und dem Rezipienten. Hierzu werden das Internet, Mobiltelefon, Fax sowie Telefon gezählt. Merchandisingartikel oder Events sind dagegen Bestandteile der institutionellen Kanäle.⁴⁰ All diese Kanäle dienen den Sendern als Unterstützung ihrer Vermarktung und sind besonders im Bereich des Reality-TV von Bedeutung, da sich dieses Fernsehgenre verstärkt auf personelle Ansprache der Zuschauer konzentriert und das Publikum sozusagen mit allen Sinnen angesprochen werden soll. Es ist wichtig, einen Bezug zwischen der Sendung und dem Rezipienten aufzubauen, was den Sendern besonders dadurch gelingt, indem diese das Format selbst zu einer Marke machen⁴¹ Unterstützend zur Format-Marke müssen von Seiten der Sender eben diese Kanäle in ihre Marketingstrategie aufgenommen werden. Vollzogen wird dies durch „Cross-Channel-Konzeptionen“. Definiert wird das folgendermaßen:

„Cross-Channel-Konzeptionen beschreiben Produkte oder Dienstleistungen, die über eine Auswahl von medialen, telekommunikativer oder institutionellen Kanälen vermarktet werden. Dabei vernetzt die Konzeption mindestens zwei Kanäle zur Leistungserstellung und Vermarktung, um die Vorteile der verschiedenen Kanäle zu nutzen, ohne an die Nachteile der individuellen Kanalnutzung gebunden zu sein.“⁴²

³⁹ vgl. Eggert, Dominik: *Cross-Channel-Konzeptionen für TV-Formate. Möglichkeiten und Grenzen einer integrierten Vermarktung*. Köln: Institut für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln, Arbeitspapiere Nr. 231, 2006, S. 3.

⁴⁰ vgl. Eggert, *Cross-Channel-Konzeptionen für TV-Formate*, S. 6.

⁴¹ vgl. Eggert, *Cross-Channel-Konzeptionen für TV-Formate*, S. 8.

⁴² vgl. Eggert, *Cross-Channel-Konzeptionen für TV-Formate*, S. 19.

Die Macher von Reality-TV-Formaten gehen hierbei Schritt für Schritt voran. Nicht von Beginn an werden jegliche Produkte zur Unterstützung der Vermarktung eingesetzt. Nach und nach wird die Palette erweitert und ein Netz aus verschiedenen Gütern als Bestandteile der verschiedenen Kanäle entsteht. Zu diesen Produkten können bspw. folgende Dinge gehören: Merchandising-Artikel, DVDs, CDs, Magazine und Zeitschriften, zusätzliche Sendungen auf anderen Sendern, Reportagen sowie Gastauftritte im Fernsehprogramm, Homepages, Social Media, Gewinnspiele, Votings sowie Angebote für Handyklingeltöne oder ähnliches. Zuerst konzentrieren sich die Fernsehsender, die Vermarktung zeitnah um den Sendestart eines Formates hoch zu kurbeln und somit die Sendung den Rezipienten schmackhaft zu machen und einen Reiz auszulösen. Die Fernsehmacher sind dabei stets bedacht zu berücksichtigen, ob es sich bei der jeweiligen Sendereihe um ein neues, vorher noch nie ausgestrahltes Format handelt, oder ob es eine neue Staffel, anbindend an ein bereits zuvor im Fernsehen gelaufenes Format ist. Ist es eine neue Innovation, so legen die Sendungsverantwortlichen erstmals Wert darauf, hohe Einschaltquoten zu erreichen und die Marketingstrategie wird darauf eingehend gestaltet. Sind die Senderverantwortlichen dabei, an eine schonmals ausgestrahlte Sendereihe anzuknüpfen und dem Zuschauer eine neue Staffel präsentiert wird, muss dem Publikum das bekannte Format wieder zurück ins Bewusstsein gerufen werden. Taktisch wird hierbei in den meisten Fällen so vorgegangen, dass vorab viel Werbung im Fernsehen auf dem jeweiligen Sender ausgestrahlt und bereits mit kurzen Sequenzen ein Einblick in die geplante Ausstrahlung gegeben wird, sowie dadurch das Interesse des Zuschauers zu wecken. Unterstützt wird dies meist noch durch Vorankündigungen über diverse Plakate, mit welchen die potenziellen Zuschauer auch außerhalb des Fernsehens, zum Beispiel an Standorten wie Haltestellen oder Plakatsäulen, konfrontiert werden. Mit dem Sendestart der Sendung treten noch weitere Teile der Marketingstrategie in den Vordergrund. Unter anderem wird näher auf Kandidaten oder Schausteller in Berichterstattungen anderer Sendungen eingegangen sowie das Gezeigte des Öfteren zu einem Diskussionsthema gemacht. Nebenbei kommt es zu einer detaillierteren Informationsvermittlung über die Online-Stellung einer Homepage, welche teilweise auch schon vor der Erstausrahlung verfügbar ist. Die Sender verfolgen im weiteren Verlauf die Taktik, durch das Herausgeben von Magazinen zum jeweiligen Fernsehformat und passenden Merchandising-Artikeln, den Rezipienten noch enger an die Sendereihe zu binden. CDs, DVDs sowie Computerspiele runden dies letztendlich ab. Mit der Möglichkeit der Gewinnspiel-Teilnahme oder dem direkten Eingreifen ins Geschehen durch Abstimmungen beziehungsweise Votings, erhält der Zuschauer das Gefühl, selbst mitbestimmen und Einfluss auf den weiteren

Sendungsverlauf zu nehmen. Mit diesen Marketingstrategien erhoffen sich die Sender einen noch höheren Reiz zu versprühen, um das Publikum vor den Fernseher zu locken und auch zu halten. Wichtig ist es allgemein, dass, wenn erneut ein Blick auf die Produkte als Element der Vermarktung geworfen wird, „[...] die verbundstark an das [jeweilige] Format gekoppelt sind.“⁴³ Besonders gut ist diese Vorgehensweise bei Sendungen wie *Deutschland sucht den Superstar* oder *Big Brother* zu beobachten.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass für die Sender grundlegend erst einmal der Aufbau eines Markenwerts im Vordergrund steht. Ist dies erfolgreich geschehen, verfolgen die Sendungsmacher die Strategie, eine vertiefende Auseinandersetzung des Zuschauers mit dem TV-Format herzustellen.⁴⁴ Das heißt also, zuerst konsumiert der Rezipient die Sendung selbst und im Weiteren weitet sich die Spannweite des Vermarktungsspektrums um einige Elemente aus. Zu beobachten ist diese Vorgehensweise durch Kombination der oben genannten Kanäle. Ist es gelungen, eine besonders enge Bindung an das Format aufzubauen, steigt das Angebot der Marketing-Artikel stetig weiter und dem Rezipienten werden noch mehr Plattformen geboten, sich dem Sendeformat verbunden zu fühlen. Mit diesen Strategien gehen die Sender einen Weg, gemeinsam mit ihren Zuschauern das Sendeformat von Beginn bis zur letzten Ausstrahlung zu gehen. Dabei müssen diese immer mit der Zeit gehen, neu aufgekommene Trends aufnehmen und sich stets Neues einfallen lassen und umsetzen.

⁴³ Eggert, *Cross-Channel-Konzeptionen für TV-Formate*, S. 27.

⁴⁴ vgl. Eggert, *Cross-Channel-Konzeptionen für TV-Formate*, S. 27.

5 Wahrnehmung durch den Rezipienten

Jede Person ist individuell und auch auf eine jeweils individuelle Art und Weise nimmt jeder Mensch die übermittelten Fernsehinhalte wahr. Dabei kommt es neben der eigenen Persönlichkeit und der jeweils aktuellen Stimmung ebenfalls auf die Darstellungsform des „Fernsehspiels“ an. Besonders im Bereich des Realitätsfernsehens ist ein Spagat zu erkennen, das sich zwischen den verschiedenen Wahrnehmungsbildern erstreckt. Was sich beim Kontakt zwischen Rezipienten und dem Fernsehen abspielt und wie der Zuschauer das Gesehene wahrnimmt, mit diesem Forschungshintergrund beschäftigt sich die Rezeptionsforschung und geht mit Forschungs- und Arbeitstechniken im Bereich der kognitiven Ebene den Prozessen der Selektion, Aufmerksamkeit, Verarbeitung und eben der Wahrnehmung auf den Grund.⁴⁵ In diesem Kapitel wird im Folgenden speziell auf die Rezeption eingegangen und verschiedene Arten der Wahrnehmung aufgezeigt sowie erläutert.

5.1 Differenzierung zwischen Realität und Fiktion

Der Fernsehzuschauer wird in der heutigen Zeit mit einem breiten Spektrum an TV-Inhalten konfrontiert. Als erstes liegt die Entscheidung an, welches Programmformat und damit welcher Inhalt rezipiert wird. Die Vielfalt an Sendeformaten ist in den letzten Jahren drastisch gestiegen und macht es dem Rezipienten daher nicht einfach, sich auf wenigen Format-Typen „auszurufen“. Doch nicht nur die stete Zunahme an Programmvietfalt zieht Überlegungen mit sich, auch der inzwischen gut erkennbare fließende Übergang von Realität und Fiktion innerhalb der Programminhalte führt zu neuen Wahrnehmungsschemata beim Fernsehzuschauer. Eine klare Grenze zwischen Fiktion und Non-Fiktion ist bei vielen Sendungen, besonders im Bereich des Reality-TV, nicht mehr auszumachen. Die technischen Möglichkeiten, welche es in der heutigen Zeit gibt und umgesetzt werden, sind mit ein Grund, weshalb diese oben genannte Verwischung stattfindet. Szenen, teils sogar übertriebene und in Wirklichkeit nicht vorstellbare Aktionen, können über Fernsehbilder in hohem Maße realistisch präsentiert und übermittelt werden, so dass der Zuschauer das Gefühl bekommt, alles sei echt und entspreche der Realität. Die Menschen vor dem Fernseher erhalten ein Gefühl der Nähe beziehungsweise ein Gefühl, selbst Teil der Situation zu sein oder diese Art von Situation nur zu gut aus dem eigenen Leben zu kennen. Auch wenn in vielen Fällen dem Rezipienten prinzipiell klar ist, das, was er momentan ansieht, entspricht nicht der

⁴⁵ vgl. Bonfadelli, *Medienwirkungsforschung*, S. 115.

Wirklichkeit, sondern ist nur fiktional, so ist dessen Wahrnehmung oftmals eine ganz andere. Gekonnt werden von Seiten der Fernsehmacher Stilmittel eingesetzt, welche die Differenzierung zwischen Realität und Fiktion erschweren. Die Darstellung von Alltagssituationen, die aus dem „normalen Leben“ herausgegriffen sind, lassen den Rezipienten das Gesehene als real wahrnehmen. Der Zuschauer erhält sozusagen die Möglichkeit, sich vollkommen in der Situation der Sendung oder der Serie einzufinden. Durch Verkörperung publikumsnaher Situationen und emotionaler Ansprache, wird der Fernsehzuschauer mitgerissen. Die Erkenntnis, dass manch ein Ereignis oder ein Problem ebenfalls schon im eigenen Leben eingetreten bzw. aufgetreten ist, bildet sich der Zuschauer oftmals ein, dass ihm das wahre, reale Leben vor Augen geführt wird. Einmal eingetaucht in dieses Schauspiel, befindet man sich mittendrin. Die Gedanken machen in diesem Falle Andeutungen für den Rezipienten, dass so wie sein Leben verläuft, auch bei vielen anderen zu beobachten ist. Auch bei Dingen, welche in übertriebenem Maße dargestellt und dem Publikum vermittelt werden, kann es zu unterschiedlichen Wahrnehmungen kommen. Ist für den einen deutlich zu erkennen, dass es sich nur um Fiktionales handeln kann, bildet sich eine andere Person ein, dass es real ist, was ihr vor Augen geführt wird. Zusammenhängend ist dies mit der Einstellung einer jeden Person. Geht ein Zuschauer mit der Einstellung vor den Fernseher, das, was dort zu sehen sein wird, ist sowieso alles nur gespielt und macht sich diese Tatsache von vornherein klar, so lässt sich dieser weniger dazu verführen, das Gezeigte als Realität wahrzunehmen. Dieser Typ von Zuschauer schaut sich solche Sendungsformate mit einer ganz anderen Sichtweise an. Meist sind dies eher solche Menschen, die mit ihrem eigenen Leben im Reinen sind und zurecht kommen. Hier ist die Gefahr, sich von teilweise extra konzipierten Schauspielen beirren zu lassen geringer. Personen jedoch, welche nicht so einen festen Stand im eigenen Leben haben und selbst der Bezug zur Realität fehlt, lassen sich von den Darstellungen von Personen wie du und ich, wie man sie eventuell auch aus dem sozialen Umfeld kennt, packen. Der Aufbau einer quasi emotionalen Beziehung unterstützt hierbei noch die Schwierigkeit, zu unterscheiden, ob das Präsentierte wahr oder nur unreal ist. Ebenfalls nicht außer Acht zu lassen ist der Fakt, dass in manch einem Real-Life-TV-Format die Darsteller ihre Rolle sehr gekonnt spielen, dass es für den Zuschauer tatsächlich so wirkt, als ob die vermeintlich inszenierte Wirklichkeit in einer unwirklichen Umgebung das wahre Leben sei. Die Mitwirkenden bauen sozusagen ihre eigene Wirklichkeit auf und übertragen dies auf den Rezipienten.

5.2 Vorbildfunktion

Die Realität spielt in der heutigen Gesellschaft und der heutigen Zeit eine andere Rolle als noch vor einigen Jahren. Das Leben und der Alltag spielte sich im hier und jetzt ab und wurde im Vergleich zu heute weniger durch irgendwelche Aufdrängungs-Versuche,

wie man zu sein oder auszusehen hat, erschwert. Eine Verbindung zwischen dem Verschwimmen von Realität und Fiktion aus dem vorherigen Unterkapitel und dem Thema der Vorbildfunktion in diesem Abschnitt ist auf jeden Fall vorhanden. Selbstverständlich hatte die Menschheit schon immer Vorbilder, was auch nichts Schlechtes zu bedeuten hat, allerdings entstand im Verlauf der letzten Jahre und der immer stärker werdenden Medialisierung eine weitläufige Veränderung. Die Vorbildfunktion wurde auch schon damals unter anderem über Fernsehformate verbreitet und gab den Zuschauern Anlass, sich mit sich selbst und anderen Personen auseinander zu setzen. Die Rolle eines Vorbilds übernahmen jedoch eher Darsteller aus Serien oder sonstige über das Fernsehen bekannte Menschen, welche gute Leistungen erbrachten. Heutzutage sieht das anders aus. Die Menschen setzen sich stets mehr mit ihrem eigenen Leben auseinander und müssen sich zudem auch noch Kritiken und Vergleichen in hohem Maße unterziehen. Sie reflektieren ihr Leben und ihren Alltag, ihre eigene Person und ihre Fähigkeiten. Dadurch, dass die Ansprüche an die Menschheit in der heutigen Gesellschaft inzwischen höher geworden sind, sind die Versagensängste sowie die Unzufriedenheit stärker, und gleichzeitig streben die meisten Leute nach Anerkennung. Passend zu diesem Gesellschaftsphänomen übernimmt das Fernsehen und in besonderem Maße das Genre des Reality-TV die Rolle der Vorbilder. Die Zuschauer orientieren sich an dem, was sie sehen und driften quasi in eine Art Selbstreflexion ab. Nicht mehr Personen aus dem näheren, realen Umfeld gelten als Idol, sondern eigentlich fremde Menschen, zu welchen keine personelle Beziehung besteht, werden zu Vorbildern gemacht. Die Präsentation und die Inszenierung dieser in der medialen Öffentlichkeit stehenden Menschen spielen hierbei eine wichtige Rolle. Dem Rezipienten wird vermittelt, dass vieles erreicht werden kann, ohne dass bestimmte Fähigkeiten von Nöten sind. Auch normale Menschen können es zu etwas bringen. Der Zuschauer schöpft hieraus die Kraft und die Motivation, an sich zu glauben und strebt diesem ihm Vorgezeigten nach. Persönlichkeiten werden in den TV-Formaten meist auf eine Art und Weise dargestellt, dass sich diese auf gleichem Niveau und einer ähnlichen Ebene befinden wie der Rezipient und es trotzdem zu etwas gebracht haben, was besonders ist. Hinzu kommt außerdem, dass die Fernsehdarsteller oftmals in einer realistischen Umgebung präsentiert werden und somit die Möglichkeit der Identifikation relativ einfach ist. Der Zuschauer orientiert sich an den Aktionen seiner Vorbildfigur und eifert dieser nach. Dem Publikum wird etwas vor Augen gebracht, was bei diesem eine positive Wahrnehmung auslöst. Allerdings kann man an diesem Punkt sich auch Gedanken dahingehend machen, ob nicht eine Verschiebung der Wahrnehmung zu erkennen ist. Der normale Zuschauer ist sich prinzipiell dessen bewusst, dass salopp gesagt, ein wenig mehr dazu gehört, als sich in die Öffentlichkeit zu stellen, dabei hübsch auszu-sehen und vom Fernsehsender vorteilhaft präsentieren zu lassen, um Erfolg zu haben. Viele Fernsehzuschauer, vor allem die noch jüngere Generation, blendet diese Tatsache jedoch aus. Natürlich liegt das mit daran, dass Menschen in noch jungen Jahren

noch nicht vollkommen geformt sind und noch nicht komplett die eigene Persönlichkeit gefunden haben, das heißt noch auf der Suche sind, wer und was sie sein wollen.

5.3 Traumvorstellung

Wie ein Mensch etwas wahrnimmt, hängt grundsätzlich von dessen Persönlichkeit, dessen momentanen Zustand und auch dessen Lebenseinstellung ab. In diesem Kapitel wird der Traumvorstellung als Form der Wahrnehmung in Bezug auf die Fernsehunterhaltung nachgegangen.

Wie kommt es, dass der Rezipient oftmals Situationen nacheifert, die im Grunde genommen unerreichbar scheinen? Unzufriedenheit mit dem eigenen Leben ist meist die Basis, dass der Zuschauer Dinge, die im Fernsehen ausgestrahlt werden, als Traum bzw. als Wunsch sehen. In der Gesellschaft wird heutzutage vermittelt, dass Standard und das „Normale“ nicht mehr den Wert besitzen, wie es bis vor einigen Jahren noch der Fall war. Alles sollte außergewöhnlicher, besser und perfekt sein. Werden nun mit diesem Gedanken im Hinterkopf gewisse Fernsehprogramme gesehen und aufgenommen, bspw. Umgestaltungssendungen oder Sendeformate, bei welchen Menschen ein neues Leben in anderen Ländern beginnen, kann sich eine Traumvorstellung beim Rezipienten einstellen. Unterstützend hierbei ist, dass die Fernsehmacher und Programmgestalter diese Sendungen so aufbauen, dass dem Publikum vorgemacht wird, es sei ganz einfach, ein gesamtes Haus innerhalb weniger Tage komplett zu renovieren oder dass es mit keinerlei Problemen und großen Aufwendungen verbunden sei, ein neues Standbein auf zu bauen. Dass jedoch viel mehr dahinter steckt, als der Fernsehzuschauer zu sehen bekommt, die Problematiken, möglichen Schwierigkeiten, diese werden meist nur in geringem Maße präsentiert. Selbst einfachste Standardformalitäten werden nicht thematisiert und vermitteln dem Zuschauer ein Bild der Leichtigkeit; laden so zu sagen zum Träumen ein und lassen diese Traumvorstellung im Kopf des Publikums wachsen und sich festigen. Durch die positive Darstellung ist der Rezipient stark mit seiner Traumvorstellung verbunden und es tritt ein, dass dieser oftmals Gezeigtes ausblendet, was nicht dem positiven Bild seiner Sehnsucht entspricht und diese unterstützt. Dem Publikum wird mit verschiedensten Formaten des Reality-TV sozusagen eine Plattform geboten, aus seinem Alltagsleben zu entfliehen und sich Vorstellungen in den Kopf zu holen, welche einerseits unvorstellbar, auf der anderen Seite aber auch vorstellbar sind. Teilweise werden beim Rezipienten wieder Wünsche und Träume aus seinem Inneren, die er eventuell bereits völlig verdrängt hatte, an die Oberfläche gelockt und verstärken und unterstützen dadurch die Absicht solcher Sendungen, Traumvorstellungen beim Publikum auszulösen.

Letztendlich kann gesagt werden, dass Unzufriedenheit im eigenen Leben und eine positive Darstellungsweise von Situationen im TV den Zuschauer dazu bringen kann, sich ins Träumen zu begeben und sich ein eher unerreichbares Bild in den Kopf setzt. Das Publikum wird zum Träumen eingeladen und verführt, was auch als kurzzeitige Ablenkung vom eigenen Leben und eigenen Problemen bezeichnet werden kann. Ebenfalls nicht außer Acht gelassen werden darf die Überlegung, dass das Unerreichbare beim Menschen immer einen besonderen Reiz auslöst. Sieht der Zuschauer bspw. eine Sendung, in der eine Villa am weißen Sandstrand in der Karibik den zentralen Mittelpunkt darstellt, spricht ein Leben im Paradies verkörpert, so steht dies in starkem Kontrast zum eigenen Leben und lässt die Faszination und Träumerei aufkommen. Das Fernsehen macht es also möglich, vom Wohnzimmer aus seinen Träumen ein Stück näher zu kommen, indem der Traum des Rezipient von den Darstellern gelebt wird.

5.4 Unterhaltung

Wie der Rezipient die Inhalte des Fernsehprogramms aufnimmt und verarbeitet, ist, wie man bereits zuvor aus dieser Arbeit herauslesen konnte, gänzlich unterschiedlich. Nicht immer zieht das Publikum einen bestimmten Nutzen aus den Fernsehformaten. Viele Zuschauer nehmen Fernsehen auch „nur“ als Unterhaltung. Der Unterhaltungsfaktor ist jedoch ebenfalls ein wichtiger Punkt. Zum Einen nehmen einige Menschen Fernsehsendungen als Anlass, nach dem täglichen Alltag und der Arbeit, zu entspannen und abzuschalten. Dies ist die eine Seite. Der Rezipient nimmt den Inhalt wahr, hält seine Gedanken jedoch zurück, das heißt, setzt sich geistig kaum oder überhaupt nicht damit auseinander. Das ist möglich, da bei Reality-TV-Formaten meist keine allzu anspruchsvollen Hintergründe und Geschichten verarbeitet werden und der Zuschauer sich so zu sagen einfach „berieseln“ lassen kann. In Verbindung zu der Unterhaltungsfunktion des Realitätsfernsehens sollte auf der anderen Seite auch der voyeuristische Aspekt gesehen werden. Rezipienten schauen solche Sendeformate an, nehmen diese als Belustigung und verspüren den Reiz, sich auf das Ausgestrahlte einzulassen, ohne dabei jedoch irgendeine Form von Funktion zu sehen. Es geht um die reine Unterhaltung. In diesem Falle liegt der Unterhaltungsfaktor in der Beobachtung anderer Menschen und dem direkten Miterleben deren Geschichten.

Des Weiteren, wenn Fernsehen als Entertainment wahrgenommen wird, gibt es auch die Möglichkeit, das Programm als Grund für eine „Unterhaltung“ mit anderen zu nutzen. Viele Rezipienten nehmen Casting-Shows als Anlass dafür, gemeinsam mit anderen Personen die Sendung zu schauen und dadurch ein Thema zur Diskussion zu bekommen oder es sich auch einfach als etwas zu nehmen, worüber man sich zusammen amüsieren und spekuliert werden kann. Die interaktiven Angebote, wie z. B. Gewinnspiele, Votings oder Bewertungen, gehören ebenso in die Kategorie, in der

Wirklichkeitsfernsehen als Unterhaltung aufgefasst wird. Der Zuschauer findet zum Teil Spaß daran, den weiteren Sendungsverlauf oder den möglichen Sendungsausgang mitbestimmen zu können, indem er unter anderem Kandidaten einer Sendung auswählt oder für bestimmte Prüfungen vorschlägt.

Alles in allem wird deutlich, dass der Begriff Unterhaltung in Bezug auf die Rezeption ein breiter Begriff ist und ein Bogen zwischen verschiedenen Formen der Wahrnehmung der TV-Inhalte gespannt wird. Trotz alledem ist an dieser Stelle festzuhalten, dass wenn Sendungen als pure Unterhaltung erfasst werden, setzt sich der Rezipient geistig nicht konkret mit dem Sendungsinhalt auseinander, sondern nutzt es als Möglichkeit eine Auszeit vom Alltag zu nehmen.

5.5 Beraterfunktion

Bei der Vielfalt an unterschiedlichen Fernsehformaten, die in der aktuellen Medienlandschaft vorzufinden sind, ist es natürlich auch selbstverständlich, dass sich die Wahrnehmung verändert hat. Nicht mehr nur als Unterhaltung sind Sendungen für den Zuschauer dienlich und relevant, auch „anspruchsvollere“ Funktionen nehmen Platz in der Wahrnehmungsbeziehung zwischen TV-Inhalten und Rezipienten ein. Neben den bereits in diesem Kapitel beschriebenen Wahrnehmungsformen sollte auch ein Blick darauf geworfen werden, dass inzwischen Fernsehsendungen den Part eines „Ersatztherapeuten“ übernehmen. Was damit ausgedrückt werden soll ist, dass der Zuschauer einiges der gesendeten Inhalte als Beratung für sein eigenes Leben annimmt. Sozusagen ein Leidfaden dafür, die Probleme, welche vorherrschen, zu lösen oder mit vergleichbaren Situationen besser umgehen zu können. Der Rezipient lässt sich hierbei oftmals auf eine bestimmte Person einer Sendung ein und fixiert sich stark auf diese und deren Handeln. In der Regel sind es vor allem diejenigen Personen, welche durch die Sendung führen. Das können tatsächliche Therapeuten (siehe *Die Super Nanny*), Sozialarbeiter (siehe *Die Schulermittler*) oder auch Innenarchitekten (siehe *Einsatz in Vier Wänden*) sein. Mit dem Hintergrundwissen, dass diese Persönlichkeiten im Normalfall nicht nur als Schauspieler vor der Kamera agieren, sondern ihren eigentlichen Beruf noch zusätzlich als Standbein vorweisen können, wird der Zuschauer auf eine sichere Schiene gelenkt, diesen Menschen zu „vertrauen“ und deren Ratschläge anzunehmen.

Dadurch dass den Leuten und auch auf die gesamte Gesellschaft bezogen, stets bewusster wird, dass kleinere und größere Probleme den Alltag bestimmen, kommen solche so genannten „Beratungssendungen“ oder „Coaching-Sendungen“ gerade zur richtigen Zeit. Der Zuschauer erhält die Möglichkeit, sich mit den Problemen zu be-

schäftigen, kann dies allerdings anonym vom Wohnzimmer aus tun und muss sich in der Öffentlichkeit nicht dazu bekennen.

Was die Rezipienten ebenfalls dazu bringt, im Fernsehen ausgestrahltes als Beratung anzunehmen und zu sehen, ist der Fakt, dass diese Persönlichkeiten, welche die Funktion übernehmen, sich in der Fernsehsituation mitten drin im Geschehen befinden. Oft wird über eine emotionale Ebene zu den „hilflosen“ oder problembelasteten Leuten eine Verbindung aufgebaut. Dies erleichtert es dem Zuschauer, Aussagen und Ratschläge der „Profis“ zu verinnerlichen und umzusetzen. Bekommt das Publikum mit, dass den Menschen innerhalb der Fernsehserie geholfen werden kann und auf einem Weg der Besserung und in Richtung Erfolg sind, ist dies ein Ansporn, diese Formate tatsächlich mit dem Hintergedanken anzuschauen, dass eine Art Beratung und Hilfeleistung geboten wird.

6 Beeinflussung oder Einflussnahme des Rezipienten?

Es kann nicht gesagt werden, dass das Fernsehen allmählich immer mehr seinen Platz innerhalb des Alltags der Gesellschaft findet. Dieser Prozess hat sich nämlich bereits über die letzten 20 Jahre vollzogen. Das Fernsehen gehört für einen Großteil der Bevölkerung zu ihrer Alltagsgestaltung wie Essen und Trinken. Der Fernsehkonsum im Jahre 2012 beispielsweise hatte eine ziemlich hohe Zahl erreicht. Im Durchschnitt betrug die tägliche Sehdauer⁴⁶ nach GFK-Messungen 222 Minuten. Das Interesse an Fernsehen scheint dem zu folge hoch zu sein; im Vergleich hierzu betrug die Sehdauer 1992 lediglich 158 Minuten⁴⁷, was die folgende Abbildung aufzeigt.

ENTWICKLUNG DER DURCHSCHNITTlichen SEHDAUER PRO TAG/PERSON IN MINUTEN

Erwachsene ab 3 Jahre, alle Sender, Montag-Sonntag, 03:00-03:00 Uhr

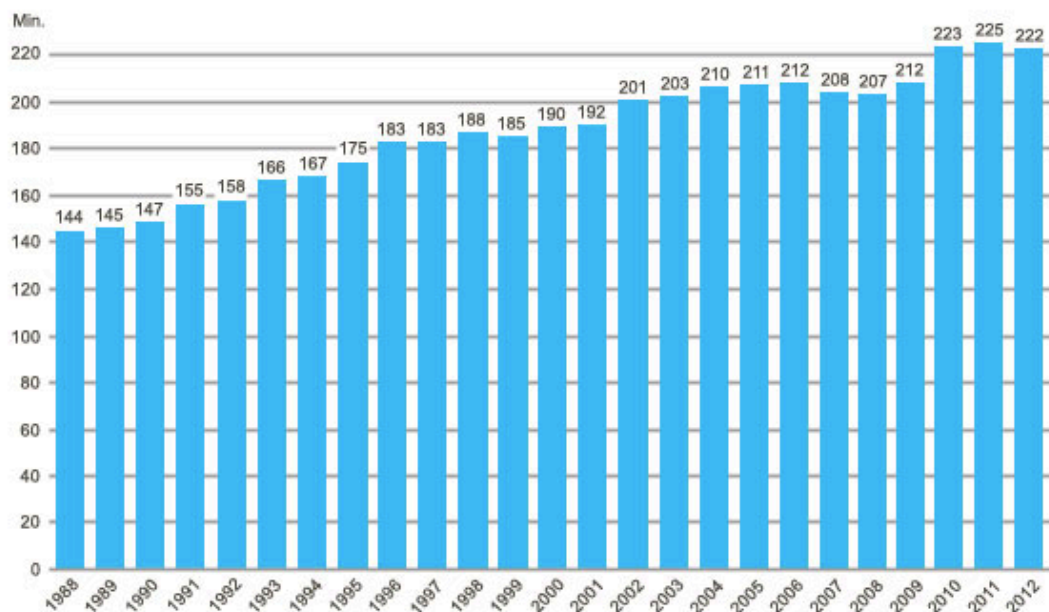


Abbildung 3: Entwicklung der durchschnittlichen Sehdauer (pro Tag/Person in min.),
ab 1992 BRD gesamt, ab 2001 Fernsehpanel D+EU

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, TV Scope, Fernsehpanel D+EU.

⁴⁶ „Die Sehdauer gibt an, wie lange im Durchschnitt eine Person im Panel innerhalb eines bestimmten Zeitintervalls ferngesehen hat. In diesen Durchschnittswert gehen alle Panelmitglieder ein, gleichgültig, ob sie tatsächlich ferngesehen haben oder nicht.“ (AGF Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (2013): TV-Daten – Zuschauermarkt – Sehdauer. URL: <http://www.agf.de/daten/zuschauermarkt/sehdauer/> [Stand 2.6.2013]

⁴⁷ vgl. Zubayr, Camille/Gerhard, Heinz (2013): *Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 2012. Tendenzen im Zuschauerverhalten*. In: Media Perspektiven 3/2013, S. 130-131

Im Bereich der non-fiktionalen Unterhaltung hat sich innerhalb von einem Jahr ein großer Sprung getan. Betrachtet man die Nutzungsanteile des Genres Dokusoap/Scripted Reality ist deutlich zu erkennen, dass das Interesse des Zuschauers gestiegen ist; 2011 noch 27%, erreichte der Unterhaltungskonsum im Jahr 2012 bereits einen Wert von 36%⁴⁸ (siehe Abb. 4). Aufgrund dieser Entwicklung und der Tendenz dahingehend, dass Fernsehen allgemein und das Programm ein wichtiger Bestandteil der heutigen Gesellschaft ist, haben sich auch verschiedene Aspekte herauskristallisiert. Dazu gehören u. a. die Funktion der Beeinflussung sowie der Einflussnahme. In diesem Kapitel werden im Folgenden auf einige dieser Kriterien eingegangen und näher erläutert. In wie weit wird der Rezipient vom Fernsehprogramm beeinflusst und kann auf der anderen Seite behauptet werden, dass ebenfalls von den Zuschauern Einfluss auf das, was diesem präsentiert und geboten wird, genommen wird?

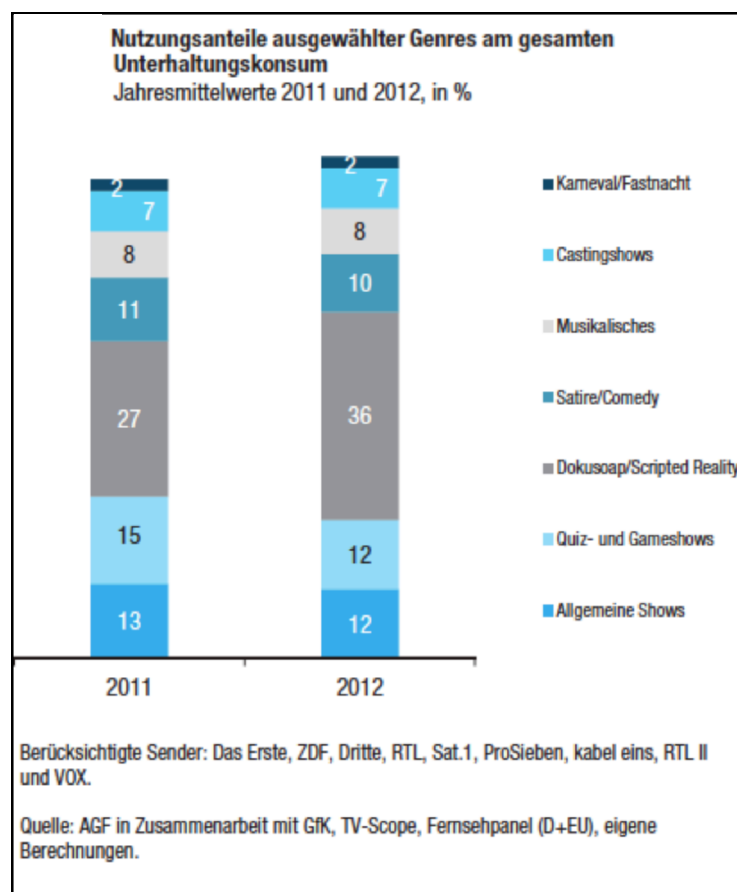


Abbildung 4: Nutzungsanteile ausgewählter Genres am gesamten Unterhaltungskonsum; Jahresmittelwerte 2011 und 2012, in %, Quelle: Zubayr/Gerhard: Tendenzen im Zuschauerverhalten, Herausgegeben von AGF in Zusammenarbeit mit GfK, TV-Scope.

⁴⁸ vgl. Zubayr/Gerhard, *Tendenzen im Zuschauerverhalten*, S.140.

6.1 Alltagssituation

Nehmen TV-Inhalte tatsächlich Einfluss auf die Zuschauer? Wie bereits im vorherigen Kapitel 5 aufgezeigt wurde, dass die Rezipienten diese Fernsehinhalte auf unterschiedlichste Weisen wahrnehmen, ist in Verbindung damit auch eine differenzierte Beeinflussung zu erkennen. Das Publikum gewährt dem Fernsehen Einlass in sein Leben beziehungsweise in seinen Alltag, indem auch eine Fernsehsendung zu einem wichtigen Bestandteil werden kann. Konfrontiert wird der Rezipient also in seiner alltäglichen Umgebung mit Fernsehinhalten, welche allgemeine Alltagssituationen aufgreifen und widerspiegeln. An diesem Punkt wird eine erste Brücke zwischen Rezipient und Fernsehen gebaut. Zusammenhängend damit ist, dass durch die spezifisch ausgewählten Sendungsinhalte Einfluss auf den Zuschauer ausgeübt wird. Selbstverständlich spielt ebenso die eigene Persönlichkeit des Rezipienten eine Rolle, in wie weit dieser sich beeinflussen lässt, jedoch scheint es sich stetig stärker heraus zu bilden, dass das Publikum eine Verbindungslinie zwischen seinem Leben und den Situationen, welche über non-fiktionale Sendungen gezeigt werden, zieht. Die Programmacher greifen absichtlich auf Situationen zurück, die der Großteil aus dem eigenen Umfeld kennt und sich somit dem Gezeigten nahe fühlt. Die Programmgestalter schlagen bedacht den Weg ein, dem Publikum auf der selben Ebene zu begegnen und bedienen sich an realitätsnahen Ereignissen und Situationen. Der Zuschauer erhält dadurch die Möglichkeit, sich gut in diese ihm des Öfteren bekannten Situationen hinein zu versetzen und sich mit Personen der Sendung oder Szene zu identifizieren. Dies ist auch der ausschlaggebende Punkt, wieso eine Beeinflussung der Rezipienten entstehen kann. Die eben genannte, dem realen Leben entsprechenden Themen sowie Situationen, sind sozusagen die Basis. Allerdings gibt es verschiedene Varianten, wie der Rezipient teils Dinge wie Verhaltensweisen und Meinungen in seinen Alltag einfließen lässt und übernimmt. Eine Möglichkeit liegt darin, dass eine ausgestrahlte Sendung und deren Inhalt sehr nahe an die eigene, momentane Situation des Zuschauers kommt und dieser direkt Verhaltensweisen oder Lösungswege für seinen Alltag übernehmen kann. Neben dieser Variante ist es ebenso möglich, dass dem Zuschauer etwas vollkommen Konträres zu seinem Alltag geboten wird. Dies kann im positiven als auch im negativen Sinn sein. Werden dem Rezipienten z. B. personelle Umgangsformen aufgezeigt oder Werte vermittelt, welche für ihn nicht nachvollziehbar und mit sich vereinbar sind, so kann ein Abschreckungsbild entstehen und der Zuschauer versucht zukünftig jegliches, seinen Alltag so zu gestalten, dass sein tägliches Leben weit entfernt dessen sein wird. Gegensätzlich hierzu kann der Zuschauer auch seinen Alltag und damit verbundene Aktionen und Handeln neu gestalten. Dies ist dadurch möglich, dass ihm neue Ideen oder Außergewöhnliches geboten werden, was wiederum der Beeinflussung des Fernsehens auf den Rezipienten als Basis dient. Das Publikum muss trotzdem immer bereit sein, zuzulassen, dass auf ihn

Einfluss genommen wird, ob bewusst oder unbewusst. Einhergehend ist dies in Bezug auf die Alltagssituation vor allem mit Gefühlen wie Unzufriedenheit mit dem eigenen Leben, dem Vorhaben eines Neuanfangs oder ähnliches. Handeln und Verhaltensweisen der Serien spiegeln sich letztendlich im eigenen Alltag wider und werden vom Medieninhalt zur eigenen neuen Realität.

6.2 Identifikation

Auch unter diesem Stichwort verbirgt sich eine Einflussnahme von Seiten des Fernsehens auf seine Zuschauer und nicht umgekehrt, des Publikums auf das TV. Mit all den Facetten, welche das heutige Fernsehprogramm aufzeigt und den unterschiedlichsten Geschichten, die dar- bzw. nachgestellt werden, entsteht ein immer größer werdender Topf aus verschiedenen „Zutaten“. Jeder Zuschauer kann sich am Inhalt dieses Topfes bedienen und sich das herausnehmen, was ihn am stärksten anspricht. Dadurch ist im Grunde auch schon der erste Schritt entgegen der Identifikation gemacht worden. Der Rezipient schaut ein Fernsehformat an, nimmt dieses wahr, verarbeitet es und lässt sich innerlich darauf ein. Sind Figuren Bestandteil einer Sendung oder Serie, bei denen der Zuschauer Ähnlichkeiten oder übereinstimmende Handlungsweisen und Ansichten entdeckt, werden Parallelen gezogen. Der Fernsehzuschauer findet z. T. eigene Verhaltensmuster in einer Fernsehrolle wieder. Somit kommen sich Rezipient und Figur, dahingestellt ob es sich um eine Person aus einem fiktiven oder non-fiktiven Fernsehformat handelt, nahe. Der Zuschauer fühlt sich verbunden mit der Person und identifiziert sich mit dieser. Entwickelt sich die gesehene Figur im Laufe einer Ausstrahlungsreihe, z. B. bei Casting-Shows über mehrere Sendungen oder bei Soap-Operas über verschiedene, fortlaufende Handlungsstränge weiter, so verändert sich oftmals auch der Rezipient. Er entwickelt sich mit und nimmt auch zusätzliche Eigenarten, die Aussehen sowie Verhalten betreffen können, an.

Diese Art von Identifikation ist für den einen oder anderen Fernsehzuschauer nicht von Belanglosigkeit. Häufig entsteht ein Gefühl von Akzeptanz und Zugehörigkeit. Dem Rezipient wird dadurch, dass er sich mit einer Fernsehfigur identifiziert, das Gefühl vermittelt, gleich zu sein wie eine Person, die im weitesten Sinn „Erfolg“ hat. Je näher die Fernsehdarsteller innerhalb ihrer Rolle bzw. ihrer Art des Auftretens der „realen Welt“ kommen, desto eher entsteht eine Identifikation vom Zuschauer aus. Unnatürliches Verhalten und Auftreten ziehen stärker den Effekt mit sich, dass sich der Rezipient auf Distanz mit diesen hält und keinerlei innerliche Verbindung aufbaut. Was letztendlich zu sagen ist, ist, dass der Zuschauer sich durch die Fernsehinhalte verändern kann. Authentizität ist dabei ausschlaggebend. Wirkt eine Figur beziehungsweise ein Kandidat in seinem Auftritt vor der Kamera echt, führt dies oftmals zu einer Übernahme von Eigenarten und Meinungen, die den Rezipienten ansprechen. Es wird versucht, sich der Fernsehfigur anzupassen und so zu denken, fühlen und zu ver-

halten⁴⁹. „Durch Identifikation mit dem Vorbild vermag dann der Rezipient die mit dem Vorbild verbundenen positiven Gefühle und Merkmale teilnehmend und in Stellvertretung selbst mitzuerleben.“⁵⁰ Wichtige Rollen, die unterstützend für das Ausleben der Identifikation sind, spielen Geschlecht, gleiche Nationalität, gleiche Altersgruppe, sozialer Status, Popularität, Attraktivität und perzipierte soziale Nähe oder Ähnlichkeit. „[Identifikation] kann zudem in bestimmten Situationen und unter bestimmten Bedingungen zu Imitation [...] Anlass geben oder diese zumindest erleichtern.“⁵¹

6.3 Emotionale Ansprache

Verfolgt ein Zuschauer ein Fernsehformat, kann es bei diesem zu unterschiedlichsten Stimmungen und Gefühlen kommen. Gleichmaßen ob der Rezipient in Lachen ausbricht oder den Tränen nahe ist, das Fernsehen ist nicht in der Lage dies zu registrieren und wird dadurch in keiner Weise beeinflusst. Dass auf der anderen Seite es allerdings so weit geht, dass das Publikum aufgrund aufkommender Emotionen beeinflusst wird liegt an der zielgerichteten, emotionalen Ansprache. Diese geht von den Personen sowie der gesamten Inszenierung im Fernsehen aus und kann auf den Rezipienten und dessen momentanen Gefühlszustand erheblichen Einfluss nehmen. Emotionale Prozesse, die durch Medien wie das Fernsehen erzeugt werden, geben den Rezipienten den Anreiz, dass ihnen eine bequeme und kontrollierte Situation geboten wird und daraufhin, je nach aktuellem Bedürfnis, verschiedenste Stimmungen zu erleben⁵²

Je nachdem, auf was beim jeweiligen Fernsehprogramm der Fokus liegt, stellen sich dementsprechend die Emotionen beim Zuschauer ein. Wird bspw. eine dramatische Situation dargestellt, wird vor allem durch realistische Darstellung beim Rezipienten das Gefühl der Angst ausgelöst. Erleben die Figuren einer Sendung oder Serie dagegen Freude oder Trauer, kann es zu einer Übertragung dieser Gefühle auf den Fernsehkonsumenten kommen. Ein Zusammenhang besteht auch mit dem in Kapitel 4.2 erläuterten Thema der Identifikation. Verfolgt ein Zuschauer besonders eine Person und deren Entwicklung im Fernsehen, fühlt er sich dieser meist irgendwann besonders nahe und verbunden. Er identifiziert sich mit der Figur und teilt sogar Gedanken und Emotionen. Es findet sozusagen eine Übertragung der geschauspielerten Gefühle statt. Besonders gelingt das, wenn die Fernsehprotagonisten authentisch sind.

⁴⁹ vgl. Bonfadelli, *Medienwirkungsforschung*, S. 121.

⁵⁰ Bonfadelli, *Medienwirkungsforschung*, S. 121.

⁵¹ Bonfadelli, *Medienwirkungsforschung*, S. 122.

⁵² vgl. Bonfadelli, *Medienwirkungsforschung*, S. 125.

Zum einen kann diese Einflussnahme durch Emotionalisierung bezwecken, dass ein Rezipient in seiner derzeitigen Stimmungslage noch bekräftigt wird. Auf der anderen Seite kann es für den Zuschauer auch bedeuten, in eine konträre Gefühlslage geleitet zu werden. Damit soll gemeint sein, wenn z. B. ein Zuschauer ein Gefühl der Trauer verspürt, seine Identifikationsfigur im TV jedoch Glücksmomente erlebt und diese auch verkörpert sowie dem Publikum vermittelt, stellt sich diese Emotion ebenfalls beim Rezipienten ein. Ein Effekt, der für Zuschauer positiv sein kann. Auch ein Wechselbad der Gefühle nimmt starken Einfluss auf das Publikum. Hierdurch erlangen einige Rezipienten erstmals Zugang zu Emotionen, welchen sie bisher noch nicht zu gewissen Gefühlen hatten.

Von den Fernsehmachern ist die gezielte Publikumsansprache durch Verkörperung von Emotionen eine wichtige Vorgehensweise bei der Gestaltung der TV-Inhalte. Je mehr Emotionen aufgezeigt und vermittelt werden, desto stärker findet prinzipiell die Identifikation mit den Protagonisten statt und umso wahrscheinlicher entsteht eine starke Beziehung; nicht nur zwischen Rezipient und Fernsehfigur, sondern auch zwischen Rezipient und dem Fernsehformat. Emotionale Beeinflussung soll also auch dazu beisteuern, den Zuschauer an eine Sendung zu binden und neben noch weiteren Aspekten als Quotengarant zu dienen.

6.4 Einbeziehung des Zuschauers

Nicht nur das Fernsehprogramm mit seinen Inhalten beeinflusst den Rezipienten; auch das Publikum erhält in der heutigen Fernsehlandschaft verschiedene Möglichkeiten, Sendungen, das heißt deren Verlauf oder Ausgang, aktiv mitzugestalten. Wie bereits das Schaubild im Einstieg zu Kapitel 6 beschrieben hat, ist ein erhöhtes und noch weiter wachsendes Interesse der Fernsehzuschauer an Dokusoaps/Scripted Reality zu beobachten. Innerhalb eines Jahres ist der Nutzungsanteil um 9%. Beispielshaft vor Augen geführt werden soll an dieser Stelle auch, dass ein Sendeformat wie *Bauer sucht Frau* oder *Ich bin ein Star holt mich hier raus* bei einer Auflistung des Marktanteils von Unterhaltungssendungen gleich die Plätze hinter Show-Größen wie *Wetten, dass...?* und *Eurovision Song Contest 2012* einnehmen ⁵³ (siehe Tab. 1)

⁵³ vgl. Zubayr/Gerhard, *Tendenzen im Zuschauerverhalten*, Tab. 15, S.141.

Durchschnittliche Reichweiten und Marktanteile von Unterhaltungssendungen nach der Größe ihres Publikums 2012 Zuschauer ab 3 Jahren				
Rangplatz	Sender	Sendung	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %
1.	ZDF	Wetten, dass...?	11,14	35,8
2.	ARD	Eurovision Song Contest 2012*	8,34	36,7
3.	RTL	Bauer sucht Frau	6,84	21,7
4.	RTL	Ich bin ein Star – holt mich hier raus!	6,69	26,8
5.	ARD	2012 – Das Quiz*	6,43	20,8
6.	ARD	Klein gegen Groß – Das unglaubliche Duell*	6,20	19,9
7.	RTL	Wer wird Millionär? (inkl. Specials)	6,05	19,1
8.	ARD	Das Adventsfest der 100.000 Lichter*	6,01	20,5
9.	ARD	Das Winterfest der fliegenden Stars*	5,95	19,5
10.	ZDF	Mainz bleibt Mainz, wie es singt und lacht*	5,89	20,8
* Einzelsendung.				
Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, TV Scope, Fernsehpanel (D+EU).				

Tabelle 1: Durchschnittliche Reichweite und Marktanteile von Unterhaltungssendungen nach der Größe ihres Publikums 2012 (Zuschauer ab 3 Jahren)

Quelle: Zubayr/Gerhard: Tendenzen im Zuschauerverhalten, Herausgegeben von AGF in Zusammenarbeit mit GfK, TV-Scope, Fernsehpanel D+EU.

Diese Tatsache vermittelt schon die erste Botschaft, dass die Zuschauer das Unterhaltungsprogramm mitgestalten. Die Fernsehmacher gehen auf das steigende Interesse der Rezipienten ein und bieten stets neue Sendungen und Serien in diesem Fernsehgenre an. Das Publikum nimmt also Einfluss auf die Format-Auswahl der Fernsehsender. Doch was den Reiz für das Publikum an dieser Art von Sendeformaten ausmacht, ist der Fakt, dass es aktiv mitwirken und beeinflussen kann. Möglich wird dies durch direkte Abstimmungen oder auch Internet-Foren, Chats sowie Social Media Angebote. Mit Votings erhält der Rezipient die Chance, auf den Verlauf einer Sendung einzuwirken. Mit der Abgabe seiner Stimme kann er u. a. ausdrücken, welcher Kandidat oder Teilnehmer, bspw. in einer Real-Life-Sendung, in den darauffolgenden Ausstrahlungen weiter Teil dieser Sendung sein soll.

Eine andere, ähnliche Variante ist, dass die Zuschauer mit seinem Voting mit beeinflusst, welcher Kandidat aus der Sendung ausscheiden soll. Durch diese direkte Einflussnahme wird das Programm im Eigentlichen so gestaltet, wie es das Publikum sich wünscht und es seinen Vorstellungen entspricht.

Ebenso kann der Rezipient in gewisser Weise Einfluss auf ein Sendeformat nehmen, indem er über Internet-Foren und Kommentare per Chat mit den Protagonisten oder Social Media wie Twitter seine Meinung zum Ausdruck bringt. Durch eben diese, meist speziell für die jeweilige Sendung errichteten Plattformen, kann der Sender wiederum einen Nutzen ziehen und auf Aussagen und Wünsche der Zuschauer eingehen und

somit Veränderungen vornehmen. Es ist also zu erkennen, dass dem Publikum eine Reihe an Möglichkeiten geboten wird, um ein Sendeformat seinen Vorstellungen nach zu gestalten. Dafür schlagen die Fernsehsender unterschiedliche Wege ein und versuchen über diese, den Wünschen der Fernsehzuschauer gerecht zu werden.

6.5 Hinterfragung: Besteht die Annahme einer Abhängigkeit?

Werden die vorherigen Abschnitte dieses Kapitels betrachtet wird deutlich, dass im Vergleich die Einflussnahme des Unterhaltungsfernsehens auf sein Publikum größer ist als der Einfluss, welcher von den Rezipienten auf die Sendeformate ausgeübt wird. Fragwürdig ist an dieser Stelle, ob durch den Fakt, dass der Rezipient von Fernsehformaten beeinflusst wird, dieser auf längere Zeit gesehen eine Abhängigkeit zu diesem entwickelt.

Hier von einer Sucht von Reality-TV-Konsum zu sprechen würde zu weit gehen. Zwar ist in der Definition von McIlwraith zur Fernsehsucht zu lesen, dass es dem Rezipienten schwer fällt, das Konsumieren zu unterbrechen bzw. zu beenden, allerdings ist dies konkret auf den gesamten Fernsehkonsum bezogen.⁵⁴

Das Genre Reality-TV ist nur ein Teil des Ganzen in der Fernsehlandschaft und es gelingt ihm, dass sich der Rezipient stark mit einigen Sendeformaten verbunden fühlt. Doch kann dabei von Abhängigkeit die Rede sein? Selbstverständlich kann nichts pauschalisiert werden, jedoch ist des Öfteren zu erkennen, dass im Alltag mancher Rezipienten Sendungen oder Serien eine wichtige Rolle einnehmen und sich zu einer festen Größe etablieren. Sie stellen einen Bestandteil ihres täglichen Tagesablaufs dar. Es kann selbst soweit kommen, dass die über den Tag anstehenden Aufgaben und Erledigungen nach diesen Fernsehformaten gerichtet, sprich rund um den Ausstrahlungszeitpunkt arrangiert werden.

Die Frage bleibt trotzdem bestehen, wie es solchen Arten von Sendeformaten gelingt, so einen Hype auszulösen und Mengen von Zuschauern vor den Bildschirm zu fesseln. Eben durch diese bereits analysierten Faktoren Identifikation, Emotionalisierung sowie Einbeziehung des Rezipienten stellt sich bei den Zuschauern ein erhöhtes Bedürfnis an direkter Teilnahme an diesen Sendungen ein. Der Rezipient möchte die Entwicklung der Protagonisten, besonders die seiner favorisierten Identifikationsfigur, miterleben. Die oftmals starke, jedoch nicht physische Beziehung zwischen dem Zuschauer

⁵⁴ vgl. McIlwraith, 1998, S. 371-386, zit. n. Bonfadelli, 2011: S. 101.

und der Person im Fernsehen lässt das Publikum dazu führen, immer wieder aufs Neue das Sendeformat zu verfolgen. Ebenso reizvoll sind die Umstände des Mitwirkens: „Wie weit schafft es mein Lieblingskandidat zu kommen? Wird er am Ende der Sieger sein?“ oder „Hoffentlich hat meine Stimme etwas bewirkt!“. Das sind Gedanken und Überlegungen, die den Rezipienten zu einem stetigen Wiederkonsum treiben. Es wird mitgefiebert und die Spannung steigt, ob selbst etwas bewirkt werden konnte. Deutlich zu erkennen ist, dass die Fernsehmacher des Genres Wirklichkeitsfernsehen kluge Maßnahmen treffen, um die Sendeformate dem Publikum schmackhaft zu machen und dieses vor allem auch auf Dauer zu binden. Es kann nicht als grundsätzlich gesehen werden, jedoch ist bei vielen die Bindung tatsächlich so stark ausgeprägt, dass in gewissem Sinn von Abhängigkeit gesprochen werden kann. In diesen Fällen wird jeder Ausstrahlungstermin wahrgenommen, keine Folge darf verpasst werden oder es wird in der Wiederholung oder das meist bestehende Internetangebot der Senderwebseite angeschaut. Diese Umstände sind Zeichen einer Abhängigkeit und das Realitätsfernsehen hat es bisher gut gemeistert, sein Publikum in diese Richtung zu treiben.

7 Auswirkung auf den Rezipienten

Unsere Gesellschaft widmet sich in hohem Maße dem Medium Fernsehen. Sie konfrontiert sich selbst in regelmäßigen Abständen mit neuen Fernsehformaten und deren Inhalten. Diese sich stetig neu herausbildenden Fernsehformate entstehen sozusagen aus dem Wandel der Gesellschaft und wachsen mit diesem mit. Das Fernsehen geht praktisch eine Wechselwirkung zu gesamtgesellschaftlichen Entwicklungen ein. Das soll bedeuten, wenn Veränderungen innerhalb der Gesellschaft eintreten, wandelt sich parallel dazu auch das Medium Fernsehen.⁵⁵ Mit dieser Wechselwirkung zwischen dem Medium und seinen Rezipienten gehen auch verschiedene Auswirkungen auf das Publikum einher. Fernsehen wird nicht einfach nur konsumiert. Letztendlich wirkt es sich auf differenzierte Weisen aus und führt damit zu einer Veränderung des Einzelnen. Das breite Spektrum an Reality-TV-Formaten bietet seinen Zuschauern eine große Wahlmöglichkeit an Themen sowie Orientierungsstützen, aus denen sich jeder einzelne etwas herausfischt und sich auf den Zuschauer auswirkt.

Im Folgenden werden verschiedene Formen der Auswirkung aufgezeigt und jeweils erläutert.

7.1 Identitätsbildung

Identitätsbildung als Auswirkung von Sendungen und Serien des Wirklichkeitsfernsehens sind vor allem mit jüngeren Altersschichten in Verbindung zu bringen. Ist ein Mensch noch in einer jungen Phase seines Lebens und somit auch noch nicht zu stark geprägt worden, befindet sich dieser permanent auf der Suche nach seiner eigenen Identität und Persönlichkeit. Nicht nur sein soziales Umfeld, die persönlichen Eigenschaften und Einstellungen, welche der Mensch besitzt, wirken zur Identitätsbildung bei. Auch die Medien, besonders mit der zunehmenden Entwicklung innerhalb der Medienlandschaft, leisten einen relativ hohen Beitrag dazu. Das Fernsehen steht der Gesellschaft also bei der Selbstfindung, d. h. bei der Formung des eigenen Ichs, zur Seite und lenkt kräftig mit. Durch das Aufzeigen verschiedener Lebensumstände und -lagen in unterschiedlichen Sendeformaten, wird der Rezipient an eine Vielzahl von Möglichkeiten herangeführt, wie sich Menschen verhalten und das Leben gestalten. Konsumiert der Zuschauer vermehrt Sendungen, in denen die Figuren besonders realitätsnah dargestellt sind, hat dies oftmals den Effekt bzw. die Auswirkung, dass sich der Rezipient mit einer Figur im Fernsehen verbunden fühlt und sich nach und nach eben-

⁵⁵ vgl. Fromm, 1999: S. 16, zit. n. Krieger, S. 142.

falls mit dieser identifiziert. Eine Art Orientierungshilfe liegt in diesem Fall vor. Zum Einen lässt sich der Fernsehzuschauer vorrangig von diesen TV-Persönlichkeiten prägen, zu denen er sich in besonderem Maße verbunden fühlt, jedoch ist das nicht der einzig besteuernde Schritt zur Identitätsbildung.

Auch die Präsentation der vielen Normen und Werte sowie Meinungen, welche verstärkt im Bereich von Reality-TV zu entdecken sind, ob versteckt oder offensichtlich, sind Teil der Orientierungshilfe. Der Rezipient nimmt zwar vieles bewusst auf, was auf ihn einwirkt, doch unterbewusst werden ebenfalls Dinge wahrgenommen, welche den Menschen und seine Persönlichkeit formen.

Je „ungebrauchter“ der Rezipient noch ist, d. h. je unerfahrener, desto stärker ist die Auswirkung auf dessen Identität. Ebenfalls ausschlaggebend ist das Lebensumfeld und die Lebensweise einer Person. Wenn jemand innerhalb sozialer Umstände lebt, die nicht seiner Vorstellung und Wünschen entsprechen und zu denen er eine Diskrepanz verspürt, ist ein Mensch sehr viel offener gegenüber einem ihm noch unbekannten Identitätsbild. Durch Fernsehserien kann es gelingen, Distanz dazu aufzubauen und aus verschiedenen „Bausteinen“, die aufgezeigt werden, sein eigenes Ich zu kreieren. Was bisher als positiver Gesichtspunkt dargestellt wurde und sich in Bezug auf die Bildung der Identität als Stütze auszuwirken scheint, ist allerdings auch im Negativen zu erwähnen. Der Mensch lässt sich auch im negativen Sinn prägen und entfernt sich von seinem bisherigen Ich. Er lässt sich Meinungen und Werte durch Fernsehinhalte aufdrängen, die bisher nicht seinen Vorstellungen entsprachen. Dazu kommt es dadurch, dass heutzutage im Realitätsfernsehen immer stärker skandalreife Auftritte und Aussagen „hochgepusht“ werden und ein Hype daraus gemacht wird. Viele Zuschauer lassen sich davon beeinflussen und als Folge daraus zu jemandem machen, der sie bis dahingehend nicht gewesen sind. So kristallisiert sich auch hierbei eine neue Identität heraus.

Allgemein ist festzuhalten, dass die vielen, sich stetig entwickelten Motive in der Gesellschaft, wie der Mensch sich verhalten und sein sollte, was auch immer mehr über Fernsehformate vermittelt wird, eine große Rolle bei der Bildung sowie Reifung der eigenen Identität spielen.

7.2 Realitätsverzerrung und Realitätsverlust

Der Begriff Realität kommt unter anderem folgender Bedeutung nach, nämlich dass „[...] sie [...] als objektiv gegeben oder subjektiv konstruiert gesehen, als „real“ oder imaginär wahrgenommen werden [kann].“⁵⁶

Für Sendungen des Reality-TV ist der Grundstein, dass die Realität für die Konsumenten dargestellt wird. Wegener behauptet in diesem Zusammenhang, dass in diesem Bereich Realität in erster Linie als Ereignisse wahrgenommen und verarbeitet wird. „Die Medien [...] bieten Wirklichkeitsformen, die nach ihren eigenen Regeln zustande kommen und die von verschiedenen Einflussfaktoren abhängig sind.“⁵⁷

Überlegt man sich eine passende Antwort auf die Frage, in wie weit das Gezeigte aus dem Realitätsfernsehen der Wirklichkeit entspricht, begibt man sich auf einen schwierigen Weg. Für den Betrachter bzw. den Konsumenten ist es keine eindeutige Sache. Es besteht doch im Prinzip ein paradoxes Phänomen, nämlich die Wirklichkeit in einer unwirklichen Umgebung.⁵⁸ Dies ist auf Real-Life-Formate wie *Big Brother* bezogen. Andere Formate wie die Scripted-Reality-Doku *Familie im Brennpunkt* begeben sich viel mehr auf den Weg, die Wirklichkeit über die Norm hinaus, übertrieben darzustellen, jedoch im Kern mit Bezug zur Realität.

Die Rezipienten vergessen oftmals, dass das, was sie im Fernsehen sehen, nicht der Realität entspricht. Inszenierungen wecken beim Publikum den Eindruck der Echtheit. Ist diese Inszenierung auf einem so hohen Niveau gemacht oder welche Gründe gibt es sonst, dass es immer schwieriger für den Zuschauer wird, zu entscheiden, was real und was nicht der Wirklichkeit entsprechend ist? Der Realitätsverlust oder zumindest die Realitätsverzerrung ist in der heutigen Zeit zu einem viel diskutierten Thema geworden. Ist der Zuschauer in der Fernsehgesellschaft überhaupt noch fähig, das, was sich auf dem Bildschirm abspielt, als „unreal“ aufzufassen oder haben sich die Inszenierungen inzwischen dahingehend entwickelt, dass sie tatsächlich wie die Wirklichkeit in der Nicht-Wirklichkeit wirken? Durch eben diese verbesserte Darstellung der Echtheit wird der Zuschauer immer tiefer in die Prämisse des Realitätsfernsehens getrieben. Nicht nur das Problem kann auftreten, dass das Publikum nicht mehr in der Lage ist zu differenzieren, ob das Fernsehprogramm real oder unreal ist. Es überträgt sich ebenfalls auf das eigene Leben. Andere Erwartungen und Wahrnehmungen treten in den Vordergrund und wecken z. T. andere Verhaltensweisen und Umgangsformen beim Rezipienten, welche dieser in seinen Alltag übernimmt und einfließen lässt. Es

⁵⁶ Wegener, *Reality-TV*, S. 34.

⁵⁷ Wegener, *Reality-TV*, S. 34, 36.

⁵⁸ vgl. Krieger, *Die Popularisierung des Mediums Fernsehen*, S. 79.

besteht die Möglichkeit, dass eine so starke Orientierung an fiktionalem Geschehen im Fernsehen stattfindet, dass einzelne eine entsprechende, zu diesem ähnliche Welt innerhalb seines Alltags konstruieren und nach Maßstäben agieren, die normalerweise nicht der Realität entsprechen.

Einer der ausschlaggebenden Punkte ist mit Sicherheit auch der Charakter und die eigene Persönlichkeit eines Menschen, ob die Differenzierung zwischen Realität und Nicht-Wirklichkeit noch möglich ist. Charakterstärke, Selbstbewusstsein sowie ein festes Standbein im Leben lassen diese Unterscheidung einfacher von statten gehen, als wenn bei einem Rezipienten Unzufriedenheit und Unsicherheit herrscht. Diese Rezipienten bedienen sich an der inszenierten Realität und bilden mit dem einen oder anderen Baustein eine neue Welt innerhalb ihres Lebens.

Das Fernsehen gibt seinem Publikum vor, was scheinbar „normal“ sein soll. Beispielsweise können Kommentare und Aussagen bei Formaten wie *Germany's Next Topmodel* dazu führen, dass viele seiner vor allem jungen Zuschauerinnen für real halten, dass Frauen mit sehr guter Figur eigentlich doch „zu dick“ sind und extremstes Schlanksein der Normalität entspreche. Ein verzerrtes Menschenbild wird in diesem Falle heraufbeschworen. Bei den Zuschauern bewirkt dies letztendlich, dass selbst nicht mehr eingeschätzt werden kann, was ein normales Verhältnis zum Körper ist und lassen sich davon beeinflussen sowie in eine falsche Richtung treiben. Dieses Beispiel soll hier exemplarisch für noch einige andere, realitätsnah dargestellten Fernsehsendungen stehen. Eskalationen am Gartenzaun, laute Streitgespräche und Beleidigungen innerhalb des Familienlebens oder die gefundene große Liebe in nur zwei Tagen, wirken sich auf den Zuschauer dementsprechend aus, dass die Meinung entsteht, dies sei reine Realität und spiele sich täglich in der Gesellschaft ab. Gute Darstellung und Inszenierung, sowie die unterstützenden Elemente der emotionalen Ansprache und Authentizität fördern den Eintritt der Realitätsverzerrung beim Rezipienten noch zusätzlich.

Festzuhalten ist allenfalls, dass Realitätsfernsehen heutzutage einen Anteil daran hat, dass die Grenze zwischen Wirklichkeit und Fiktion immer mehr verwischt und ein fließender Übergang entsteht. Den Menschen wird es schwer gemacht, eine eindeutige Unterscheidung zu erkennen.

7.3 Wertewandel

Welche Werte und Normen in der aktuellen Zeit noch gelten ist schwierig eindeutig festzulegen. Darauf bezogen ist ein stetig voranschreitender Wandel zu beobachten. Was in Kapitel 3.4 bereits erläutert wurde, allerdings auf das Fernsehen als Medium allgemein bezogen, soll in diesem Abschnitt der Arbeit mit einem Blick auf die Genre-Familie Reality-TV analysiert werden.

Übertriebene Darstellungen, das Zelebrieren und Befürworten außergewöhnlicher Aktionen sowie extreme Umgangsformen der Menschen sind mitunter Anlass dafür, dass sich neue Werte in der Gesellschaft entwickeln, zum Teil alte Normen ersetzen und sich letztendlich manifestieren. Was dem Publikum durch Real-Life-Formate oder Soap-Operas sowie Doku-Soaps vorgelebt wird, zieht Veränderungen in einigen Bereichen mit sich. Was ist respektvoller Umgang, was bedeutet Benehmen und was heißt Ehrlichkeit? Egoismus, äußeres Erscheinungsbild und das Bloßstellen anderer Menschen treten in den Vordergrund. In unserer Gesellschaft ist es bereits deutlich zu erkennen, dass sich die Menschen an neuen Werten orientieren, welchen das Realitätsfernsehen einen Ball zuspielt und in die „echte Welt“ einführt. Die Zuschauer lassen sich von dem Gezeigten und Vorgelebten aus dem Fernsehen beeinflussen. Durch den hohen Konsum an Formaten des Reality-TV ist der Prozess des Wertewandels auch gut nachvollziehbar. Je mehr Leute sich mit den Sendungsinhalten auseinandersetzen, umso eher können diese neuen Normen ihren Platz in der Gesellschaft finden und einnehmen.

Waren noch vor ein paar Jahren respektvoller Umgang mit seinen Mitmenschen und gutes Benehmen von größerer Bedeutung, so tritt dies stets mehr in den Schatten. Wird der Fernseher zur Nachmittagszeit eingeschalten, erlebt der Zuschauer auf verschiedenen Sendern viel lautstarke Streitereien und Aggressivität. Familienmitglieder bekämpfen sich gegenseitig und es spielen sich Szenen ab, welche z. T. entwürdigend wirken. Auch das Motiv der Ehrlichkeit steht inzwischen unter einem anderen Licht. Wurde einst noch großen Wert darauf gelegt, dass der Mensch ehrlich ist und zu seinen Äußerungen und Meinungen steht, ist dies aktuell fragwürdig. Lästereien sowie Intrigen triumphieren in der Fernsehlandschaft; geben dem Großteil des Publikums des Wirklichkeitsfernsehens wiederum den Anreiz, Sendeformate dieses Genres zu schauen. So wie es dem Rezipienten über das Medium aufgezeigt wird, was Reality-TV nach der Wirklichkeit entspreche, so übernimmt es mit der Zeit auch die Gesellschaft. Sie orientiert sich an diesen scheinbar „normalen“ Werten.

Aussehen und Egoismus sind ebenfalls in die neue Liste der gesellschaftlichen Werte aufzunehmen. Zuerst soll auf das äußere Erscheinungsbild eingegangen werden. Die Menschen sind nicht mehr nur mit der eigens vollbrachten Leistung, den Fähigkeiten sowie dem Können zufrieden zu stellen. Es wird großen Wert auf das Aussehen gelegt und jedermann wird nach dem ersten Eindruck beurteilt und dem entsprechend abgestempelt.

Model-Casting-Shows und Umstyling-Sendungen bringen zum Ausdruck, welchen Wert ein makellooses Gesicht und die Körperform erreicht haben. Es muss sich dem entsprechend nicht gewundert werden, dass somit viele Leute danach streben. Parallel dazu ist wahrzunehmen, dass die Gesellschaft sich immer stärker in Richtung Egoismus begibt. Mit selbstlosem Verhalten kommt man angeblich nicht mehr weit im Leben. Bekommt der Rezipient dies doch über Machtkämpfe innerhalb Casting-Formaten aufgezeigt und treibt ihn vermehrt dazu, nach diesem Motiv zu leben.

Ersichtlich wird letztendlich, dass sich ein Fernsehgenre wie Reality-TV sich nicht nur auf den einzelnen Zuschauer auswirkt, sondern auch Veränderungen der Gesellschaft mit sich bringt. Einstellungen, Normen und Werte treten in ein anderes Licht, veranlasst durch höhere Erwartungen an die Menschen. Jeden Tag wird dem Rezipienten das in unterschiedlichen Sendungen aufgezeigt. Ob nun jeder dieser gesellschaftlichen Werte der Vorstellung des Zuschauers entspricht, ist dahingestellt, jedoch verfestigen sie sich durch die permanente Auseinandersetzung mit ihnen im Unterbewusstsein.

7.4 Verhaltensänderung

Mit der Rezeption von Fernsehen und der Aufnahme dessen Inhaltes geht einerseits ein Entwicklungsprozess einher und gleichzeitig kommt es zu Veränderungen des Selbstkonzepts der Zuschauer.⁵⁹

Der Mensch an sich ist ein Individuum, das sich an neuen Dingen orientiert, beeinflussen lässt und sein Verhalten dahingehend verändert bzw. anpasst. Dieses Phänomen ist im Bereich von Realitätsfernsehen abermals zu beobachten. Der Zuschauer nimmt Sendungsinhalte auf und verarbeitet diese meist unterbewusst. „[Er] benutzt das Fernsehen zur Auseinandersetzung mit der sozialen Wirklichkeit im Rahmen seiner lebensweltlichen Bezüge.“⁶⁰

Das, was dem Publikum über Fernsehsendungen geboten wird, die TV-Realität, steht seiner eigenen Alltagsrealität gegenüber. Der einzelne Rezipient zieht Vergleiche, wägt ab, wie sein Handeln im Gegensatz zum Agieren der Fernsehdarsteller ist und kommt oftmals zu dem Entschluss, Veränderungen zu unternehmen. Erhält beispielsweise eine Verhaltensart einer Fernsehfigur viel positive Resonanz und Aufmerksamkeit, ist das häufig ein Anreiz für den Fernsehzuschauer, diese Verhaltensweise zu adaptieren und sich ebenfalls so zu verhalten. Hierbei spielt auch der Wunsch oder die Hoffnung nach daraus hervorgehenden positiven Effekten sowie Folgen vermehrt eine Rolle. Als Beispiel kann an dieser Stelle eine Sendung wie *Die Super Nanny* erwähnt werden. Hat eine in der Sendung präsentierte Familie Probleme bei der Kindererziehung, die ähnlich oder vergleichbar mit denen eines Rezipienten sind, verfolgt dieser im ersten Schritt das Sendeformat konzentriert und hält Ausschau nach Parallelen. Erkennt er am Ende einen Erfolg durch bestimmte Handlungsweisen der Akteure, übernimmt er diese, verändert sein bisheriges Verhalten und setzt darauf, ebenfalls ein positives

⁵⁹ vgl. Gleich, Uli (2001): *Forschungsüberblick zu Nutzungsmotiven, Funktionen und Wirkungen von Soap Operas, Talkshows und Reality-TV. Populäre Unterhaltungsformate im Fernsehen und ihre Bedeutung für die Zuschauer*. In: Media Perspektiven 10/2001, S. 524.

⁶⁰ Mikos, Lothar: *Ober-/Unterschichten-TV. Der Mythos von der Oberflächlichkeit*. Hochschulgottesdienst der Potsdamer Hochschulen in der Friedenskirche Potsdam, Potsdam 2010, S. 5.

Resultat daraus zu erzielen. Besonders auffällig ist, dass je stärker sich der Zuschauer mit einer Fernsehfigur verbunden fühlt und besonders in den Fällen, wenn sie diese als Vorbild ansehen, versucht er sein Verhalten so zu ändern, dass es dem seines „Idols“ sehr nahe kommt und sich diesem anpasst.

Es kann aber auch auf gegensätzlichem Weg dazu führen, dass ein Rezipient für sich neue Verhaltensmuster entdeckt und annimmt. Wird ihm durch ein Fernsehprogramm etwas vor Augen geführt, was nicht seinen Wertvorstellungen und Ansichten entspricht, d. h. ein mit sich nicht vereinbares Verhalten erkennt, dient dies als Abschreckung. Mit dieser Begebenheit als Hintergrund schlägt der Fernsehzuschauer einen konträren Weg ein und versucht innerhalb seines Alltags und der Gesellschaft sich so weit entfernt wie möglich von dem Negativbeispiel zu verhalten.

Das bisher in diesem Kapitel geschriebene bezog sich auf eine bewusste Wahrnehmung der Fernsehinhalte. Doch nicht nur über die bewusste Wahrnehmung kann es sich zu einer Veränderung des Zuschauerverhaltens entwickeln. Auch im Unterbewusstsein werden Aufgezeigtes sowie Vorgelebtes der Fernsehrealität verarbeitet und wirken sich auf Verhaltensweisen und Handlungsmuster aus. Kleine Auffälligkeiten, die wiederholt vorkommen, seien es bestimmte Wörter, eine Sprechweise oder Umgangsformen, von welchen ein Protagonist Gebrauch macht, werden häufig nicht bewusst wahrgenommen. Viel mehr erschleichen sie sich im Unterbewusstsein des Rezipienten einen festen Platz. Daraus ergibt sich meist in einem Schritt für Schritt voranschreitenden Prozess eine Verhaltensübernahme und somit eine Änderung des Verhaltens in der Alltagsrealität. Es kann zu bis dahin untypischen Verhaltensweisen kommen und als Nebeneffekt auch zu einer Wandlung des Umgangs des persönlichen, sozialen Umfelds mit dieser Person führen.

Letztendlich trägt diese hier beschriebene Möglichkeit der Auswirkung auf den Rezipienten dazu bei, dass sich im Ganzen betrachtet durch Verhaltensänderungen Einzelner auch gesamte Verhaltensmuster der Gesellschaft wandeln können.

7.5 Veränderung des Fernsehkonsums

Es ist unmöglich, nicht zu bemerken, dass sich das Fernsehangebot und das Spektrum an Sendeformaten im deutschen Fernsehen in einem aktiven Prozess befinden. Der Trend geht immer weiter dahingehend, die Einschaltquoten hoch zu treiben und den Zuschauer an Sendungen und Serien auf Dauer zu binden. Besonders ist dieser Aspekt bei einem Blick auf das Genre der Unterhaltung. Vor allem Realitätsfernsehen gibt Anlass dazu, dass es zu Veränderungen des Fernsehkonsums kommt. Daten der Fernsehprogrammforschung aus dem Frühjahr 2012 ergaben wiederum einen Zuwachs dieses Programmsegments. Der wissenschaftliche Leiter und Geschäftsführer der GÖFak Medienforschung GmbH Professor Dr. Hans-Jürgen Weiß

bringt zum Ausdruck, dass die Rolle von Realitätsunterhaltung auch von 2011 auf 2012 noch größer wurde und eine Zunahme verspüren konnte.

Beispielsweise wurden im Frühjahr 2012 insgesamt 63 Reality-TV-Formate in den sechs privaten Vollprogrammen gezählt. Zusätzlich noch drei im öffentlich-rechtlichen Fernsehen.⁶¹ Eine Statistik der Gofak Medienforschung GmbH aus dem Jahr 2011 zeigt den Stellenwert der Realitätsunterhaltung in privaten Fernsehprogrammen auf und beleuchtet den Zeitumfang, sprich den Anteil an täglichen redaktionellen Sendezeiten. Dabei wird deutlich erkennbar, dass Realitätsunterhaltung einen enormen Anteil ausmacht. Z. B. beträgt auf dem Privatsender RTL der Zeitumfang 43%, bei SAT1 40%, RTLII 32% und bei dem Sender VOX sogar 45%.⁶² (siehe Abb. 5)

Stellenwert der Realitätsunterhaltung in privaten Fernsehprogrammen
(Herbst 2011, Zeitumfang in %)*

Formate	RTL	VOX	RTL II	Sat.1	Pro Sieben	kabel eins
REALITÄTSUNTERHALTUNG	43	45	32	40	10	9
Scripted-Reality-Formate	20	8	12	35	1	—
Gescriptete Doku-Soaps	18	8	12	11	1	—
Gescriptete Gerichts- und Personal-Help-Shows	2	—	—	24	—	—
Script-affine Formate	16	30	13	5	5	6
Doku-Soaps	16	30	13	2	5	6
Daily Talks	—	—	—	3	—	—
Realityshows	7	7	7	—	4	3
ANDERE SENDUNGEN	57	55	68	60	90	91
Gesamt	100	100	100	100	100	100

* Anteil an der täglichen redaktionellen Sendezeit – ohne Werbung, Sponsoring, Teleshopping und Trailer etc.;
Quelle: Gofak Medienforschung GmbH 2012

Abbildung 5: Stellenwert der Realitätsunterhaltung in privaten Fernsehprogrammen (Herbst 2011, Zeitumfang in %)
Quelle: Ahrens/Weiß, Scripted Reality-Formate: Skandal oder normal?, Herausgegeben von Gofak Medienforschung GmbH 2012

⁶¹ vgl. Weiß, Hans-Jürgen: *Reality TV zwischen Fakten, Fiktion und Wirklichkeit. Ergebnisse der Programmforschung und Wirkungsaspekte*. Pressemitteilung, LMS Landesmedienanstalt Saarland, Saarbrücken 2012.

⁶² Ahrens, Annabella/Weiß, Hans-Jürgen (2012): *Scripted-Reality-Formate: Skandal oder normal? Ein Orientierungsvorschlag*. In: tv-diskurs 61, 3/2012/16. Jg., S. 22.

Nochmals zusammenfassend ausgedrückt: der Umfang der Genre-Familie Reality-TV im deutschen Fernsehprogramm hat zwischenzeitlich eine Größe angenommen, die einen großen Anteil der gesamten Sendezeit einnimmt. Dieser Vorgang stellt selbstverständlich einen Anreiz für den Zuschauer dar, viel Zeit vor dem Fernsehbildschirm zu verbringen. Ständig wird dem Rezipienten etwas Neues geboten und dieses Neue ist von den Programmgestaltern so konzipiert, dass es den Zuschauer vor den Fernseher lockt und auf lange Sicht gesehen an das Format bindet. Und nicht nur neuartige, innovative Sendeformate locken das Publikum, auch Anbindungen durch fortlaufende Staffeln einer Sendung führen dazu, dass der Zuschauer seinen Fernsehkonsum steigert. Die Mischung macht es aus. Der Rezipient erhält durch Reality-TV-Formate Unterhaltung, Ratschläge aber auch emotionale Ansprache, der Bezug zur Realität bleibt dabei im Kern allerdings erhalten. Die Sendungen des Wirklichkeitsfernsehens werden von den Fernsehmachern absichtlich so gestaltet, dass sich die Zuschauer mit eingebunden fühlen, die Chance erhalten, die Richtung des Verlaufs mit zu bestimmen und durch das Verfolgen des Alltags sowie der Entwicklung „normaler“ Menschen einen starken Bezug zu den Sendungen aufbaut.

Ebenfalls durch tägliche oder wöchentliche feste Sendeplätze erhöht sich der Fernsehkonsum mancher Personen. Es kann unter anderem zur Gewohnheit werden, jede Folge einer Sendungs-Staffel zu sehen und erwartet die nächste Folge schon mit Spannung. Die vielen verschiedenen Varianten an Reality-TV-Formaten und die hohe Anzahl an Möglichkeiten, sich von Stress und Problemen des Alltags abzulenken, können auch als Motiv erwähnt werden, dass der Fernsehkonsum der Menschen wächst.

Deutlich erkennbar ist auf jeden Fall, dass es einerseits zu einem erhöhten Fernsehkonsum durch das stetig voranschreitende Wachstum der Sendungsangebote führt und parallel dazu jedoch auch die gezielte Gestaltung und das Eingehen auf die Bedürfnisse der Zuschauer eine Rolle dabei spielen. Alles in allem ist der Fernseher zu einer festen Einheit im Alltagsleben vieler Menschen geworden. Die unten stehende Tabelle soll nochmals veranschaulichen, welchen Zeitumfang Realitätsfernsehformate im täglichen Leben der heutigen Gesellschaft einnehmen. Ein Gesamtwert von 31,14 Stunden pro Tag, aufgeteilt auf die verschiedenen Format-Typen von Reality-TV verdeutlichen, welche Rolle diese im heutigen Programm der Fernsehunterhaltung präsentieren.

Realitätsunterhaltung: Zeitumfang der Formate (Zeitumfang in Std.:Min. pro durchschnittlichem Tag, Frühjahr 2011)									
Formate	RTL	VOX	RTL II	Σ	Sat.1	Pro Sieben	kabel eins	Σ	Gesamt
Scripted Realityformate	3:32	2:03	1:03	6:38	0:48	-	-	0:48	7:26
Script-affine Doku-Formate	3:15	5:15	2:33	11:03	-	-	1:11	1:11	12:14
Gerichts-/Personal Helpshows	0:23	-	-	0:23	4:51	-	-	4:51	5:14
Daily Talks	-	-	-	-	1:03	-	-	1:03	1:03
Realityshow-Formate	1:43	1:59	0:19	4:01	-	0:42	0:34	1:16	5:17
Gesamt	8:53	9:17	3:55	22:05	6:42	0:42	1:45	9:09	31:14

Tabelle 2: Realitätsunterhaltung: Zeitumfang der Formate
(Zeitumfang in Std.:Min. pro durchschnittlichem Tag, Frühjahr 2011)
Quelle: Ahrens/Weiß, GfK Medienforschung, Programmbericht der Medienanstalten 2011

7.6 Entstehung von Kommunikation

Es kann nicht geleugnet werden, dass Fernsehen allgemein und heutzutage besonders das Genre Unterhaltungsfernsehen und zu dieser Genre-Familie gehörend das Reality-TV, die Entstehung von Kommunikation unterstützt und das Kommunizieren mit den Mitmenschen fördert. Nicht mehr wie einst in früheren Zeiten sitzt der Zuschauer gebannt vor dem Fernseher, schaut eine Sendung an und wenn diese zu ende ist, wird kein tiefgründiger Gedanke mehr daran verloren. In dieser Hinsicht haben sich ein großer Sprung und eine Veränderung aufgetan. Fernsehen wurde mit der Zeit zu einem Kommunikationsmittel. Das Wort Massenmedium bringt es schon zum Ausdruck; TV ist ein Medium für die Masse und zu welchem grundsätzlich auch die gesamte Masse der Menschen Zugang hat.

Durch die Fernsehsendungen wird den Rezipienten einerseits erst einmal aufgezeigt, wie kommunikativer Umgang von statten gehen kann.⁶³ Dies kann für den Zuschauer ansprechend sein und zur Nachahmung beziehungsweise zur Übernahme führen. Genauso kann es aber auch als Abschreckung agieren. Der Rezipient bekommt etwas vorgeführt, wie er selbst nicht handeln und mit seinem Umfeld kommunizieren möchte. Abgesehen davon, dass Fernsehen als „Kommunikationstrainer“ fungieren kann, findet man auch noch einen ganz anderen Zweck in Bezug auf die Entstehung von Kommunikation. Gemeinsames Fernsehen lässt oftmals eine Kommunikation innerhalb Fami-

⁶³ vgl. Gäbler, Bernd: *Hohle Idole. Was Bohlen, Klum und Katzenberger so erfolgreich macht*. Otto Brenner Stiftung, Studie, Frankfurt/Main 2012, S. 8.

lie, Freundeskreis oder Gruppen aufkommen. Der Rezipient möchte sich von Zeit zu Zeit über das Gesehene mit anderen austauschen. Es geht darum, die Sendungsinhalte zu deuten sowie zu interpretieren, Rückschlüsse zu ziehen sowie Gedanken zu äußern, die Meinungen der anderen zu hören oder sich einfach nur gemeinsam amüsieren. Der einzelne Rezipient kann dadurch neue Sichtweisen erhalten und sich mit anderen Meinungen auseinandersetzen, was auf gesellschaftliches Leben ein wichtiger Baustein für eine gute Kommunikation ist. Man tritt in Kontakt mit verschiedenen Weltbildern und öffnet sich somit neuen Sichtweisen.

Diese Möglichkeit, mit anderen Zuschauern in Kontakt zu treten und sich auszutauschen steuert ebenso einen Teil dazu bei, ein Gemeinschaftsgefühl hervor zu rufen oder ein bereits bestehendes Gemeinschaftsgefüge zu intensivieren. Zustande kommt das durch fortlaufende Treffen, bei welchen mehrere Rezipienten sich versammeln, um ein bestimmtes Sendeformat zu schauen. In enormem Maße ist diese Aktion bei Casting-Shows zu beobachten. Es kann quasi schon als ein Ritual betrachtet werden. Die Personen machen eine Sendung zu einem Ereignis.

Doch nicht nur geplante und organisierte Treffen lassen das Kommunizieren zum Vorschein bringen. Der starke Zuspruch an Reality-TV-Formaten und der häufig ersichtliche Hype, der um diese gemacht wird, führt in der heutigen Gesellschaft dahin, dass selbst mit fremden Menschen ein reger Austausch über eine Sendung stattfindet. Beispielsweise auf dem Schulhof, der Arbeit oder während Freizeitaktivitäten. Auch abendliche Talkshows machen diese Fernsehformate ab und an zum Thema und lassen Politiker, Schauspieler oder andere in den Medien stehende darüber öffentlich diskutieren und ihre Meinungen äußern. Viele der kritisch betrachteten Fernsehformate schaut zwar angeblich niemand an, doch irgendwie kann jeder mitsprechen. Sie bieten, egal ob eine Person positiv oder negativ darauf zu sprechen ist, eine Gesprächsbasis. Entweder bildet sich ein angeregtes Gespräch rückblickend auf die zuletzt ausgestrahlte Sendung heraus oder es kommt durch eine allgemeine Diskussion zum Meinungsaustausch.

Letztendlich kann behauptet werden was man möchte. Das Fernsehen und sein Programm ist kein „Allein-Medium“. Es wird ersichtlich, dass es einen Beitrag zur Förderung der Kommunikation hergestellt wird. Es wird erzielt, den Zuschauer aus seiner eigenen Welt zu holen, sich neuen Ansichten gegenüber zu öffnen und mit anderen in Kontakt zu treten. Eventuell lernt der einzelne dabei auch, seine eigene Meinung im Austausch mit anderen Personen zu vertreten sowie weitere Sichtweisen zu akzeptieren.

7.7 Lerneffekte

Betrachtet man die gesamte Palette an verschiedenen Auswirkungsformen, die der Rezipient vernehmen kann, fällt auf, dass die Reality-TV-Familie positive sowie negative Effekte mit sich bringt. Dazu reiht sich als letzter Punkt auch noch der Lerneffekt als sich auf den Zuschauer auswirkendes Motiv ein.

An dieser Stelle ist allerdings zu erwähnen, dass hiermit ein Lerneffekt vor allem im sozialen Bereich gemeint ist. Als Fundament, dass sich Reality-TV-Formate auf solch eine Art und Weise auf den Zuschauer auswirken können, dient der Aspekt, dass reale Situationen dargestellt werden, in welche sich der Rezipient gut einfühlen und dadurch zu häufig etwas für sich herausziehen kann.

Besonders Coaching-Formate lassen das Publikum etwas lernen. Das soll nicht heißen, dass immer jeder Lerneffekt auch tatsächlich Erfolg als Folge mit sich bringt oder sich genau so umsetzen lässt, wie es dem Zuschauer präsentiert wird. Der Rezipient wird herangeführt, über welchen Weg ein bestimmtes Problem gelöst werden kann und erhält dadurch die Möglichkeit, diesen Weg in sein eigenes Leben aufzunehmen und einzuschlagen. Der Zuschauer lässt sich also belehren, wie er z. B. in seiner Kindererziehung zu agieren hat oder wie man in einer partnerschaftlichen Beziehung miteinander umgehen kann.

Viele Sendungen verteilen Ratschläge, wie ein Start in ein neues Leben gelingt. Nimmt der Zuschauer Parallelen zwischen seinem Leben und der Fernsehsituation wahr, erhält er Denkanstöße, aus schwierigen Situationen herauszukommen. Würde der Rezipient eine Sendung, mit welcher eine Verbindung zu seiner aktuellen Lebenslage erkennbar ist, nicht anschauen, könnte es der Fall sein, dass sich dieser niemals damit auseinandersetzen würde und einer Konfrontation damit stets aus dem Weg geht. Neben diesen bisher erwähnten Motiven geht der mögliche Lerneffekt aber auch noch in eine andere Richtung. So kann sich der Rezipient u. a. bewusst werden, wie er persönlich nicht sein möchte. Er reflektiert das Verhalten einer Fernsehfigur und stellt dabei fest, dass diese eine Eigenart besitzt, die nicht seinen Vorstellungen bzw. seinem Wesen entspricht. Manch einer der Zuschauer lernt also, sich selbst besser einzuschätzen und seine Person sowie Denkweise besser kennen, öffnet sich aber ebenfalls neuen Ansichten und Vorgehensweisen.

Schlussendlich können positive sowie negative Beispiele des Reality-TV Lerneffekte beim Publikum auslösen. Verbunden ist damit jedoch immer die Reflexion des eigenen Ichs.

8 Skandalisierung und Menschenwürde

Formate des Reality-TV können Menschenwürde verletzend sein. Treten an Grenzen heran, bis hin, dass diese überschritten werden. Besonders sind hier die „Ekel- und Angstformate“ zu erwähnen, welche neben dem (damaligen) ersten Sendeformat *Big Brother* extrem an Niveaugrenzen stoßen. Exemplarisch gilt hier *Das Dschungelcamp – Ich bin ein Star holt mich hier raus*. Es ist nicht nur so, dass die Teilnehmer einem „leichten“ Druck der permanenten Beobachtung ausgesetzt sind und diesem standhalten müssen; die Kandidaten müssen im Prinzip damit zurecht kommen, dass sie auf psychischer sowie seelischer Ebene geplatzt werden.

Es stellt sich ganz deutlich die Frage, in wie weit diese Form der Belastung noch den Rechten der Menschenwürde entspricht. Dieses Thema wird auch immer wieder zum Streitpunkt innerhalb der Gesellschaft. Die einen sehen es als kritisch, niveaulos und grenzwertig an, ein anderer Teil ist der Meinung, dass diese Art der Unterhaltung für den Fernsehzuschauer von freiwilliger Basis der Teilnehmer ausgeht und somit nicht von Verletzung der Menschenwürde die Rede sein kann. An diesem Punkt stehen sich so zu sagen zwei Aspekte gegenüber: auf der einen Seite die Befriedigung der Zuschauerbedürfnisse sowie der Wunsch der Sender, hohe Einschaltquoten zu erreichen, und auf der anderen Seite werden Ausnutzung und Demütigung der Kandidaten gesehen. Man kann auch sagen rücksichtslose Marketingstrategie um jeden Preis gegen Überschreitung der Niveau- und Schamgrenze.

Doch nicht nur diese Sendeformate werden in der Öffentlichkeit aufgrund ihres „Bloßstellungcharakters“ diskutiert. Sendungen, in welchen besonders in die private Umgebung und dadurch in weitestem Sinn in den Intimbereich von Menschen eingedrungen wird, werden als TV-Formate mit hohem Gefährdungspotential für die Rechte der Beteiligten betitelt bzw. gesehen.⁶⁴ Darunter fallen Programmpunkte wie *Die Super Nanny* oder *Die strengsten Eltern der Welt*. Oftmals werden hier Kinder und Jugendliche den Fernsehzuschauern vorgeführt. Diese haben keine Möglichkeit, sich dagegen zu wehren, da sie den Absichten ihrer Eltern unterliegen. Hier liegt die Unmöglichkeit, selbst zu entscheiden, ob man sich im Fernsehen und somit in der medialen Öffentlichkeit darstellen möchte, vordergründig am Willen der Eltern.

Doch es gibt auch andere Beobachtungen. Viele der Teilnehmer und Darsteller werden von Jurymitgliedern einer Sendung oder durch fragwürdige Darstellungen sowie Off-Kommentare zur Schau gestellt. Prinzipiell sind der Sender und gleichzeitig die Fern-

⁶⁴ vgl. Klass, Nadine: *Unterhaltung ohne Grenzen? Der Schutzbereich der Menschendwürde in den Programmgrundsätzen der Medienstaatsverträge*. VISTAS Verlag GmbH, Berlin 2011, S. 18.

sehmacher die Übeltäter, denn sie geben vor, wie eine Show ablaufen hat. „Professor Bernhard Pörksen, Medienwissenschaftler der Universität Tübingen, [...] bezeichnet [zum Beispiel] SR-Formate⁶⁵ als „Sozialpornografie“, die auf aggressive Weise Klischees transportieren.“⁶⁶ Ein passender Ausdruck, wenn man bedenkt, dass sich Menschen entblößen oder anders ausgedrückt, im weitesten Sinne vor der gesamten Nation entblößt werden. Ob ein Rezipient sich dies zu Gemüte führt oder nicht, diese Entscheidung liegt bei jedem selbst. Somit kann gesagt werden, dass jeder einen Teil dazu beiträgt, dass in der Fernsehlandschaft an Grenzen des menschenwürdigen Verhaltens gestoßen wird.

Dieses schwierige Thema mit vielen verschiedenen Meinungsbildern und Ansichten soll nun in den folgenden Abschnitten analysiert werden.

8.1 Negative Darstellung der Gesellschaft

„[...] Werte und Tabus sind in allen Kulturen eine wichtige Voraussetzung für eine funktionsfähige Gemeinschaft.“⁶⁷ Mit dieser Aussage wird vor Augen geführt, dass neben dem Wertewandel, der in den Kapitel 3.4 sowie 7.3 behandelt wurde, auch ein Blick auf die andere Seite geworfen werden sollte. In welchem Zusammenhang stehen die heutige Gesellschaft mit Tabus, Skandalen sowie Grenzüberschreitungen? Die Medien scheuen sich nicht, diese Dinge zu beleuchten und bauen dabei völlig auf die Gesellschaft: den Menschen wird etwas geboten und ihr voyeuristisches Bedürfnis gestillt, indem sie selbst oftmals negativ dargestellt werden und führt sogar bis hin zur Demütigung.

Selbstverständlich stellt sich die Frage, ob Personen, welche sich bewusst dazu entscheiden, in irgendeiner Weise sich in der medialen Öffentlichkeit zu präsentieren, damit zu recht kommen müssen, wenn ein Negativbild von ihnen heraufbeschworen wird. Doch durch Beleidigungen und beabsichtigte Zurschaustellung in Casting-Shows, bringt diese Umgangsform nicht nur Folgen für den betroffenen Menschen. Auch die Gesellschaft erfährt auf Grund davon Auswirkungen. Den Zuschauern wird quasi vermittelt, es sei korrekt und erlaubt, sich auf Kosten anderer zu amüsieren und sich zu

⁶⁵ SR-Formate entsprechen Scripted-Reality-Formate

⁶⁶ Prof. Dr. Baum, Helmar: *Scripted Reality: Dauerbrenner oder Auslaufmodell der TV-Nachmittags-Unterhaltung?* Berlin: MD.H Mediadesign Hochschule, 2012,
URL: <http://www.mediadesign.de/comment/reply/3172> [Stand 3.6.2013]

⁶⁷ von Gottberg, Joachim: *Skandalisierung, Empörung, Konsequenzen. Medien und Tabus*. Nomos Verlagsgesellschaft mbH, mediaculture online, Berlin 2010, S. 2.

belustigen.⁶⁸ Die Medien stellen hier ganz deutlich dar, dass eine Person untalentierte, dumm und peinlich ist. Auch Sendeformate, welche Familien präsentieren, in denen die Eltern scheinbar unfähig sind, ihre Kinder zu erziehen, lassen kein gutes Licht auf die Gesellschaft werfen. So entsteht doch der Eindruck, die Menschen könnten weder für sich selbst noch für ihre Mitmenschen sorgen und leben mit einer Gleichgültigkeit.

Harmonie sowie Einklang waren über Jahre im Fernsehen zu finden und dominierten das Fernsehprogramm, indem die „heile Welt“ vorgespielt wurde. Gezielt werden heutzutage Situationen aus dem Alltag in Szenen dargestellt, die negative Bilder der heutigen Gesellschaft breit treten. Dadurch, dass bewusst so gut wie nur problematische Themen in den Sendeformaten des Genres Scripted-Reality aufgegriffen werden, wirkt es so, als ob tatsächlich eine große Mehrheit der Bevölkerung in dramatischen Verhältnissen lebt, oftmals Anstand und Respekt fehle und „asozial“ sei. Diese Dramatisierung bringt als Folge ein verschobenes Bild der Zuschauer auf die Gesellschaft mit sich.

Viele Zuschauer sitzen vor dem Fernseher, schauen sich eine Sendung an und empfinden dabei ein Schamgefühl. U. a. schämen sie sich für einen Casting-Show-Kandidaten, der nicht singen kann, das jedoch von sich selbst behauptet. Gedanken kommen beim Rezipienten auf, wie weit ein Mensch sinken kann, sich so zur Schau zu stellen. Dies wird letztendlich auch auf die gesamte Gesellschaft projiziert, denn schließlich ist jeder Mensch ein Teil dieser Gesellschaft. Vergessen werden darf natürlich trotz alledem nicht, dass, neben sich auf die Gesellschaft auswirkende Negativeffekte, manch eine einzelne Person auch von gewollten und provozierten Negativdarstellungen ihrer selbst profitieren können. Starke mediale Aufmerksamkeit wird heraufbeschworen und lassen der Person die Möglichkeit zukommen, in der Öffentlichkeit zu stehen und zum Gesprächsthema einer Nation zu werden.

Mit einer schlussendlich rückblickenden Betrachtung lassen Skandalisierungen und Zurschaustellungen also Zweifel aufkommen, ob in unserer Gesellschaft noch wahre Werte herrschen oder ob diese bereits untergegangen sind.

8.2 Bloßstellung der Darsteller und Teilnehmer

„[...] das öffentliche Vorführen und an den Pranger stellen sowie das Benutzen von Menschen für ein bestimmtes (meist dramaturgisches) Konzept, kennzeichnen die Re-

⁶⁸ vgl. von Gottberg, *Skandalisierung, Empörung, Konsequenzen*, S. 9.

*alitäts- und Angstformate unserer Zeit.*⁶⁹ Diese Aussage von Nadine Klass trifft es sehr passend, wenn man seinen Blick über das tägliche Fernsehprogramm schweifen lässt. Es sind kaum Zeiträume zu entdecken, in welchen nicht auf irgendeinem Sender einzelne Personen oder auch ganze Personengruppen vorgeführt, diese lächerlich dargestellt werden oder entwürdigende Aufgaben zu bestreiten haben. „[...] Witze auf Kosten anderer sind das Populärste überhaupt. Wenn sich irgendwelche Leute vorführen lassen, amüsiert das natürlich ungeheuerlich.“⁷⁰ Dieser Meinung ist der ehemalige RTL-Chef Helmut Thoma. Verneint werden kann dies in Betracht auf die heutige Fernsehlandschaft auch nicht. Man muss diesem Recht zusprechen, denn würde das nicht der Wahrheit entsprechen, würden Formate wie *Deutschland sucht den Superstar*, *Das Dschungelcamp* oder aber auch sonstige Reality-TV-Sendungen nicht so große Erfolge erlangen.

Was für das Publikum oftmals reinstes Amüsement, Unterhaltung und harmloses Geplänkel wirkt, ist in Wirklichkeit jedoch meist als respektloser Umgang mit schwachen Menschen zu deuten. Viele der Personen nehmen an Castings oder Sendungen teil, mit dem Hintergedanken, dadurch Erfolg zu erzielen und berühmt zu werden. Eine große Anzahl dieser Menschen leben in schwierigen Verhältnissen oder haben Probleme, was auch auf Prominente zutrifft. Diesen fehlt meist der momentane Erfolg und sie nutzen Fernsehauftritte in solchen Sendeformaten als Rückkehr in die Öffentlichkeit und um sich wieder ins Gedächtnis der Zuschauer zu rufen. Dahinter steckt also eine PR-Strategie. Oder aber die mehr oder weniger prominenten Persönlichkeiten stecken in finanziell schwierigen Situationen und erhoffen sich durch ihr Mitwirken in Reality-TV-Sendungen, aus dieser Krise wieder heraus zu kommen. Natürlich gibt es auch die Kategorie der Teilnehmer, deren Motivation einfach nur die mediale Aufmerksamkeit ist. Trotz alledem, dass sich die teilnehmenden Personen freiwillig dazu entscheiden, Mitwirkende in diesen Sendeformaten zu sein, sich vor einer Jury zu präsentieren oder Einblicke in ihr Privates zu geben, stellt sich die Frage, in wie weit die Bloßstellung, welche sie über sich ergehen lassen müssen, noch akzeptabel ist und nicht völlig den Bezug zu respektvollem Umgang verliert. An welcher Stelle endet ein respektvoller Umgang? Ein Kommentar des Mediensatirikers Oliver Kalkhofe bringt es für sich folgendermaßen auf den Punkt:

„Es ist nicht verboten zu lachen, wenn ein Kandidat schief singt, nicht gut ist jedoch, dass Menschen, die dort auftreten, für ihr Aussehen oder ihre Fehler, die sie natürlich machen, zum Pausenclown der Nation abgestempelt werden und dass Mängel und

⁶⁹ Klass, *Unterhaltung ohne Grenzen?*, S. 30.

⁷⁰ Pörksen/Krischke, 2010: S. 319 f.; zit. n. Gäbler 2012: S. 35.

*Fehler durch Animationen künstlich verstärkt werden ... Bohlen doof finden kann jeder ... Viel schlimmer als sein Sprüche sind allerdings die redaktionellen Bearbeitungen, durch welche die Kandidaten zu solchen Vollidioten degradiert werden und in denen man sie mit Spott und Häme überschüttet.*⁷¹

Deutlich wird mit dieser Aussage nochmals vor Augen geführt, dass bis zu einem gewissen Grad alles moralisch noch vereinbar ist, allerdings geht es im heutigen Fernsehprogramm viele Male über die Grenze hinaus. Und eben nicht nur Casting-Shows sind ein gefundenes Futter für Provokationen und Skandale. Auch Sendeformate wie Doku-Soaps bieten eine gute Grundlage dafür. „*Beleidigungen, Beschimpfungen, körperliche Übergriffe, sexualisierte Darstellung von Nacktheit [...]*“⁷² sind alles Bestandteile dieses Genres. Die Sender nutzen eben speziell diese oben genannten Elemente, um den Zuschauern Situationen abweichend von der Norm aufzuzeigen. Welche Folgen es jedoch mit sich bringen kann, wird meist nicht bedacht und in den Hintergrund gedrängt. Kandidaten, Teilnehmer oder Laiendarsteller empfinden Angriffe jeglicher Art, sei es verbal oder vermehrte Eingriffe in die Intimsphäre, nicht nur als Teil einer Sendungsstrategie, sondern werden häufig auch psychisch getroffen. Egal in welcher Form die Bloßstellung einer Person stattfindet, ist dieser Vorgang nicht mit dem moralischen Grenzbegriff vereinbar. Genügt es den Sendern normalerweise auch nicht, diese Szenen einmal auszustrahlen. Oftmals werden diese Situationen aufgeschnappt und in weiteren Sendeformaten abermals wiederholt und sich erneut darüber belustigt.

Was der vorliegende Abschnitt dieser Arbeit deutlich hervorheben soll, ist, dass sich im Bereich des Reality-TV die Macher besonders auf Provokation und Skandalisierungsformen konzentrieren. Ohne das geht es nicht. Trotz der Freiwilligkeit der Teilnehmer und Darsteller und dass prinzipiell das Wissen sowie die Kenntnis vorhanden sind, was sie erwartet, wandern diese Sendeformate entlang eines schmalen Grates. Das Bloßstellen bedeutete nämlich gleichermaßen einen Eingriff in den psychischen Bereich der betroffenen Person und kann auch schwerwiegende Folgen mit sich bringen. An dieser Stelle lässt sich die Diskrepanz innerhalb dieses Themas erkennen, was auch zu stetig neu aufbrennenden Diskussionen führt: Was ist wichtiger? Das Wohlergehen des Menschen oder das Erzielen hoher Einschaltquoten?

⁷¹ Pörksen/Krischke, 2010: S. 180, 182; zit. n. Gäbler 2012: S. 35.

⁷² Lünenborg, Margreth/Martens, Dirk (2012): *Skandalisierung im Reality-TV. Strategien und Erscheinungsformen 2000-2009*. In: Programmbericht 2011. Fernsehen in Deutschland. Programmforschung und Programmdiskurs, VISTAS Verlag GmbH, Berlin, S. 128-144.

8.3 Die Grenzen des Niveaus

Zuerst stellt sich hier die Frage, was Niveau im gesellschaftlichen Bereich bedeutet. Eine Pauschalantwort kann in diesem Fall nicht gegeben werden. Jeder Mensch besitzt eine andere Auffassung, was für ihn Niveau bedeutet. Dem zu Folge ist es auch schwierig festzulegen, wo sich genau die Grenzen des Niveaus befinden. Jeder empfindet Dinge und Situationen auf eine andere Art und Weise und geht unterschiedlich damit um sowie verarbeitet diese. Man kann sagen, Niveau ist stufenlos. Genau aus diesem Grund trennt sich das heutige Meinungsbild in der Gesellschaft. Die Fernsehkultur präsentiert den Zuschauern inzwischen Unmengen an Sendungsangeboten. Dabei werden in diese Sendeformate bewusst Ekel-Szenen, tiefe Eingriffe in die Intimsphäre sowie Belustigungen über Personen in Kauf genommen, um das Publikum vor den Bildschirm zu locken sowie zu fesseln.

Eine Sendung steht zwar nicht gerade für ein sehr niveauvolles Format, wenn Menschen darin mit Beleidigungen und persönlichen Angriffen bombardiert werden, befindet sich damit allerdings noch nicht vollkommen an der Grenze zum Niveaulosen, jedoch schon in geringer Reichweite. Überschritten wird diese Grenze jedoch dann in den Fällen, in welchen durch gezielte Nachbearbeitung weiter auf den Schwächen dieser Menschen getreten wird und in vollem Bewusstsein der Respekt diesen Personen entzogen wird.

Auch lässt sich hinterfragen, ob es noch an Niveau grenzt, wenn Kandidaten zur Aufgabe haben, lebendige Tiere, Genitalien oder sonstige ekelerregende Dinge zu essen, um daraufhin als Belohnung Grundnahrung für sich und ihre derzeitige umgebende Gruppe zu erhalten, wie es in *Das Dschungelcamp* der Fall ist. Durch enormes Ausüben von Druck wird ein Mensch dazu gebracht, etwas zu tun, was oftmals gegen seine moralische Einstellung spricht. Doch nicht nur dann begibt sich eine Sendung auf die andere Seite der Niveaugrenze. Der Kandidat muss sich schließlich zu keiner solcher Aktionen bereit erklären und kann sich weigern, jedoch zieht dieser Aspekt wiederum mit sich, dass gehäuft auf dieser Person „herumgehackt“ und in ein negatives Licht gestellt wird. Die Person wird also verbalen Angriffen ausgesetzt, auch wenn sie selbst diese des Öfteren erst nach dem Ende einer Sende-Reihe mitbekommt. Für den Zuschauer ist es jedoch bereits zugänglich und somit findet die Überschreitung der Niveaugrenze zu diesem Zeitpunkt schon statt.

Wenn man nun noch den Aspekt des Eindringens in die Intimsphäre aufnimmt, ist das natürlich ebenfalls Empfindungssache, ob eine Person das für die Niveaugrenze überschreitend findet oder nicht. Allerdings begibt sich eine Sendung auf sehr glattes Eis, wenn bspw. wie bei der ersten Staffel von *Big Brother* zwei Teilnehmer miteinander Geschlechtsverkehr haben und das in diesem Moment in einem öffentlichen Rahmen. Das ist etwas sehr Privates und viele Menschen fühlen sich durch so etwas peinlichst

berührt. Das ist wie ein Blick ins Schlafzimmer anderer und hat nichts vor laufender Kamera zu suchen.

Situationen, in welchen dem Publikum ein nackter menschlicher Oberkörper vor Augen geführt wird, werden prinzipiell in der heutigen Gesellschaft nicht mehr als niveaulos angesehen. Bekommen junge Frauen jedoch zu hören sowie den damit einhergehenden Druck zu spüren, dass sie sich nackt bei einem Fotoshooting einer Model-Casting-Show fotografieren lassen müssen, um die Chance zu haben, in die nächste Runde zu kommen, dann grenzt dies doch schon sehr an das Äußerste des Niveaus. Menschen werden zu Dingen gezwungen, und damit soll mit „gezwungen“ gemeint sein, dass ihnen gedroht wird, die Erfolgchancen zu entziehen, wenn sie nicht machen, was von ihnen verlangt wird.

Mit dem Wandel der Gesellschaft und dem stetig fortlaufenden Veränderungsprozess der vorhandenen Werte ändert sich ebenfalls immer wieder das Empfinden, wo die Grenze des Niveaus sich befindet. Ein nackter Oberkörper gehört im heutigen Fernsehprogramm nicht mehr zu außergewöhnlichen und beschämenden Bildern. Der Rezipient hat sich über Jahre daran gewöhnt. Die Niveaugrenze wird viel mehr dadurch erreicht und letztendlich auch übertreten, wenn Menschen in irgendeiner Art Schaden davon tragen. Joachim von Gottberg meint dazu: *„Eine Gesellschaft muss immer neu klären, welche Regeln und Tabus nützlich sind und welche Schaden.“*⁷³ Dies soll bedeuten, dass nicht alleine die Sender und Sendungsgestalter festlegen und bestimmen, an welcher Stelle es zu einem Tabubruch kommt oder zu weit unter die Gürtellinie gegriffen wird. Die Gesellschaft steuert selbst ihren Teil dazu bei und gibt neue Richtwerte vor.

⁷³ von Gottberg, *Skandalisierung, Empörung, Konsequenzen*, S. 10

9 Empirischer Teil

Im vorliegenden Kapitel dieser Arbeit wird nun das Thema von Seiten verschiedener Personen beleuchtet. Nicht nur was theoretisch in Bezug auf das Realitätsfernsehen zu beobachten ist und in den bisherigen Kapiteln erläutert wurde soll Bestandteil der Arbeit sein, sondern auch persönliche Meinungen, Ansichten und Wissen sollen hierbei mit einfließen. Auf Grund dessen wurde ein Interviewfragebogen mit dreizehn Fragen erarbeitet und in persönlichen Gesprächen bzw. Befragungen erforscht, welche verschiedenen Bilder über das Genre Reality-TV in der Gesellschaft bestehen.

9.1 Vorgehensweise

Für den Erhalt eines Überblicks, welche verschiedenen Meinungsbilder über Reality-TV vertreten sind, wurden 13 Personen aus unterschiedlichen Altersgruppen und Tätigkeitsbereichen in einem persönlichen Interview dazu befragt. Die dafür zusammengestellten Fragen sollen Aufschluss darüber bringen, was für einen Platz Sendeformate dieses Fernsehgenres heutzutage einnehmen. Eine Kombination aus Interviewfragen bezüglich des vorhandenen Wissens sowie Verhaltens den Sendungen gegenüber, und Fragen bezüglich der Auswirkungen auf die gesamte Gesellschaft, sollen dem Leser präsentiert werden und im anschließendem Abschnitt kurz zusammengefasst und analysiert werden.

9.2 Analyse

Obwohl das Fernsehgenre Reality-TV schwierig zu definieren sowie sehr breit gefächert ist und leicht der Überblick darüber verloren werden kann, welche Sendeformate zu dieser Kategorie gezählt werden und was nicht, konnten sich die befragten Personen unter dieser Begrifflichkeit grundlegend etwas vorstellen. Der Großteil der Interviewten brachten zum Ausdruck, dass sie diese Fernsehcategory damit verbinden, dass ein Abbild der Realität aufgezeigt werden soll. Mit dieser Meinung waren sich die Personen einheitlich einig und lässt erkennen, dass vordergründlich die Fernsehmacher ihr Ziel, welches sie mit Sendungen dieser Art verfolgen, nicht verfehlt haben. Auffällig war ebenfalls, dass die bekanntesten Sendungsformate besonders die großen und am stärksten beworbenen Casting-Shows wie *Deutschland sucht den Superstar* oder auch *Germany's next Topmodel* sind. Zum Beispiel Scripted-Reality-Sendungen aus dem Nachmittags-Fernsehprogramm sind im Gegensatz dazu eher weniger genannt worden und verdeutlichen, dass Sendeformate aus dem Abendprogramm mehr Aufmerksamkeit zukommen als Nachmittagsendungen. Nicht außer Acht zu lassen ist an dieser Stelle jedoch auch, dass alle Befragten einem Beruf nachgehen und aus

Zeitgründen keine Möglichkeit besteht, das Mittagsfernsehprogramm zu verfolgen. Die am häufigsten genannten Beweggründe, sich Sendungen dieses Fernsehgenres zu widmen, waren Unterhaltung und Langeweile. Belustigung sowie einfaches Abschalten und Entspannen wurden ebenfalls als Gründe genannt. Bezüglich des Niveaus dieser Sendeformate sind auch grundsätzlich Übereinstimmungen zu erkennen. Das Niveau der Sendungsinhalte wird für nicht sehr hoch eingestuft und es sei kein großer Anspruch an die Zuschauer vorhanden, um den Sendungen folgen zu können. Das oftmals übertriebene Verhalten der Figuren wird von einigen Interviewten als „asozial“ beschrieben und als niveaulos bezeichnet. Des Weiteren fehle die Vermittlung von Bildung. Ob die Zuschauer von Sendungen des Reality-TV beeinflusst werden, beantworteten die befragten Personen in großer Anzahl mit ja. Besonders kamen die Gedanken auf, dass sich Rezipienten teilweise in Figuren wiederfinden oder gezeigte Situationen mit ihrem eigenen Leben vergleichen, daraufhin eventuell auch Verhaltensweisen oder Umgangsformen übernehmen. Vereinzelt wurde auch die Gefahr gesehen, dass das Publikum oftmals nicht mehr unterscheiden kann, was Realität und was Fiktion ist. Im Hinblick auf dieses Fernsehgenre innerhalb der heutigen Gesellschaft, waren deutlich zwei Standpunkte zu erkennen, welche sich bei den Befragten herauskristallisiert haben. Zum Einen ist ein Teil der Ansicht, dass Realitätsfernsehen ein wichtiger Baustein in der Gesellschaft darstellt. Wäre dies nicht der Fall, wäre nicht der Erfolg vorhanden, der sich bisher eingestellt hat. Das bedeutet, Reality-TV nimmt eine wichtige Rolle ein, da die Menschen danach verlangen. Auf der anderen Seite brachten auch einige der Interviewten zum Ausdruck, dass es für sie persönlich kein wichtiges Element sei und ebenso der Meinung sind, dass es zu keinem wichtigen Baustein werden sollte. Was im Gesamten auffällt ist, dass keiner der Interviewpartner sich aktiv an Angeboten einzelner Sendungen beteiligt und auch niemand einen Reiz danach verspürt. Ebenfalls kommt es für elf der 13 Befragten nicht in Frage, an irgendeiner Art dieser Fernsehsendungen selbst mitzuwirken. Bis auf bei zwei der befragten Personen wurde deutlich, dass solche Sendeformate zu ihrer persönlichen Kommunikation beitragen. Es wurde zumeist mit ja geantwortet, dass Sendungsinhalte im näheren Umfeld zu einem Gesprächsthema werden, wenn auch nicht in großem Maße und oftmals auch nur zur Belustigung dient. Einig sind sich die Leute auch darin, dass es zukünftig nicht aufhören wird, dass neue Formate des Wirklichkeitsfernsehen hinzukommen und andere dafür eventuell vom Bildschirm verschwinden werden. Ein Teil vertritt hierbei die Meinung, dass es wahrscheinlich extremer werden wird, jedoch genaue Vorstellungen sind nicht vorhanden. Die Grenze des Niveaus sind der Ansichten eines Teils nach bereits überschritten. Hierbei wurden des Öfteren Beispiele aus *Das Dschungelcamp*, übertriebene „asoziale“ Verhaltensweisen oder auf Kandidaten abzielende Beleidigungen genannt. Allerdings stehen diesen Ansichten Meinungen gegenüber, die wiederum in vielen Fällen noch keine Überschreitung der Niveaugrenze sehen, da die Teilnehmer wissen, worauf sie sich einlassen. Teilnehmer und Publikum, somit die Gesellschaft selbst, legt das Niveau fest und gibt eine Grenze vor.

Erkennbar wird in dieser Zusammenfassung der Interviewanalyse, dass prinzipiell ein recht einheitliches Grundmeinungsbild über Reality-TV bei den Befragten herrscht. Was das eigene Empfinden bezüglich der Inhalte und besonders des Niveaus angeht, lassen sich einige Abweichungen erkennen. Die genaue und vertiefte Analyse dieses empirischen Teils ist im Anhang dieser Arbeit zu lesen.

10 Fazit

Medien gehören in unseren Alltag und sind nicht mehr wegzudenken. Teils bestimmen und beeinflussen sie, und besonders das Fernsehen tritt dabei stark in den Vordergrund. Es bietet seinen Zuschauern neben Information auch Unterhaltung und Orientierung. Das Fernsehgenre Reality-TV übernimmt dabei eine große Rolle. Mit seinen realitätsnah aufgebauten Formaten lässt es seine Rezipienten in eine ihnen einerseits bekannte Welt eintauchen, die auf der anderen Seite jedoch auch weit entfernt von Realität ist und faszinierend wirken kann. Der Zuschauer bekommt Wirklichkeit vor Augen geführt, zumindest soll es den Anschein von Echtheit erwecken. Mit einigen Sendungsformaten gelingt den Fernsehmachern dieses Ziel so gut, dass das Publikum vor der schwierigen Aufgabe steht, die Entscheidung zu fällen, ob das Gesehene der Realität entspricht oder nur Inszenierung und Fiktion ist. Der Mensch möchte sich mit, seinem Anschein nach normalen, echten Menschen, deren Persönlichkeit und Schicksal auseinandersetzen sowie alltägliche Themen nahegebracht werden. Das verfolgt Reality-TV als großes Ziel und erklärt auch den Erfolg, welchen dieses TV-Genre in der heutigen Gesellschaft erfährt.

Was für das Publikum so faszinierend und fesselnd sein kann, hat jedoch auch seine Schattenseiten. Das Realitätsfernsehen hat ebenfalls sein Päckchen zu tragen. Immer wieder ruft es Skandale hervor und weckt neue Diskussionen in der Gesellschaft. Gezielt heraufbeschworene Konflikte und Skandale, das Ausstrahlen extremer, teilweise entwürdigender Situationen sowie Bloßstellung von Personen sind Bestandteile des Genres. Es polarisiert unsere Gesellschaft und ruft die Frage herauf, was noch akzeptabel ist und was sich jenseits der Grenze befindet. Eine eindeutige Antwort kann nicht gegeben werden. Es ist abhängig von der Persönlichkeit, Einstellung und des Geschmacks eines Menschen. Klar kann jedoch gesagt werden, dass Reality-TV den Weg beschreitet, den die Gesellschaft vorgibt. Der Zuschauer bekommt das zu sehen, was die Mehrheit sich wünscht, präsentiert zu bekommen. Gleichzeitig passt es sich stets dem Wandel der gesellschaftlichen Werte an und verändert sich parallel dazu.

Dass die Meinungen bezüglich Realitätsfernsehens, dessen Wahrnehmung und Auswirkung auf die Menschen unterschiedlich sind, spiegelt sich auch in den dieser Arbeit zu Grunde liegenden Interviews wider. Solch ein enormes Spektrum an Sendungsformaten, gekoppelt mit Niveauverständnis verschiedenster Art, lassen diese Ansichten und Empfindungen aufeinanderprallen. Ob zukünftig weitere Grenzen angeschnitten oder gar überschritten werden, dafür kann meiner Meinung nach keine klare Aussage getroffen werden. Die Gesellschaft wird weiterhin mit dem Genre Wirklichkeitsfernsehen und seinen einzelnen Bestandteilen sowie den von den Fernsehmachern gezielt eingesetzten Elementen konfrontiert werden. Es wird extremer und provokativer werden, so wie sich auch bisher eine kontinuierliche Steigerung vermerken lässt. Der Rea-

litätscharakter wird trotz alledem weiterhin einen zentralen Baustein darstellen und den Rezipienten dem Gezeigten nahe bringen. Wie jeder einzelne dies wahrnimmt, welchen Einfluss auf ihn genommen wird und wie es sich letztendlich auswirkt, hängt wiederum von der eigenen Person ab. Meiner Ansicht nach wird die Fernsehlandschaft durch neue Formate und Ideen es schaffen, ein immer noch realeres Bild zu kreieren und die Schwierigkeitsstufe der Differenzierung zwischen Realität und Fiktion für die Zuschauer nochmals erhöhen. Doch die Gesellschaft wird auch zukünftig das zu sehen bekommen, was sie möchte und damit den Trend selbst vorgeben. Die Fernsehmacher werden nur die Umsetzer sein. Wie das Einstiegszitat aufzeigt, hat der Mensch das Verlangen, das „Echte“ zu sehen und daran wird sich Reality-TV orientieren und halten.

Literaturverzeichnis

BÜCHER

- Bonfadelli, Heinz/Friemel, Thomas N.: *Medienwirkungsforschung*. 4. Auflage, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz 2011, S. 24, S. 26-28, S. 115, S. 121, S. 122, S. 125, S. 137.
- Brettschneider, Frank: *Massenmedien und politische Kommunikation in Deutschland*. In: Gabriel, Oscar W./Holtmann, Everhard (Hg.): *Handbuch Politisches System der Bundesrepublik Deutschland*. 3. Auflage, Oldenbourg-Verlag, München 2004, S 696.
- Faulstich, Werner: *Grundkurs Fernsehanalyse*. Wilhelm Fink Verlag, Paderborn 2008, S. 34.
- Fromm, Bettina: *Privatgespräche vor Millionen. Fernsehauftritte aus psychologischer und soziologischer Perspektive*. Wissenschaftsforum: Publizistik, Kommunikationswissenschaft, Medien, Band 6, UVK –Medien, Konstanz 1999, S. 16.
- Gerhards, Maria/ Grajczyk, Andreas/ Klingler, Walter: *Unterhaltung und Unterhaltungsrezeption im Fernsehen. Ein Beitrag zur Rollendefinition des Mediums*. In: Roters, Gunnar/Klingler, Walter/Gerhards, Maria (Hg.): *Unterhaltung und Unterhaltungsrezeption*. Forum Medienrezeption, Band 4, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2000, S. 102.
- Hasebrink, Uwe: *Publikum, Mediennutzung und Medienwirkung*. In: Jarren, Ottfried/Weßler, Hartmut (Hg.): *Journalismus – Medien – Öffentlichkeit. Eine Einführung*. Wiesbaden 2002, S. 374.
- Keppler, Angela: *Wirklicher als die Wirklichkeit? Das neue Realitätsprinzip der Fernsehunterhaltung*. Fischer-Taschenbuch-Verlag, Frankfurt am Main 1994, S. 8.
- Kepplinger, Hans Mathias: *Medieneffekte. Theorie und Praxis öffentlicher Kommunikation*. VS Verlag für Sozialwissenschaften | Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2010, S. 9.
- Klass, Nadine: *Unterhaltung ohne Grenzen? Der Schutzbereich der Menschendwürde in den Programmgrundsätzen der Medienstaatsverträge*. VISTAS Verlag GmbH, Berlin 2011, S. 18, S. 30.
- McLeod, Jack M./Kosicki, Gerald M./Pan, Zhongdang: *On Understanding and Misunderstanding Media Effects*. In: Curran, James/Gurevitch, Michael (Hg.): *Mass Media and Society*. London/New York 1991, S. 235-266.

- Pörksen, Bernhard/Krischke, Wolfgang: *Die Casting-Gesellschaft. Die Sucht nach Aufmerksamkeit und das Tribunal der Medien*. Herbert Von Halem Verlag, Köln 2010: S. 180, S. 182, S. 319 f.
- Pöttker, Horst: *Die niederen Leidenschaften und das Gemeinschaftsleben der Nation. Zur fortschreitenden Ausdifferenzierung von Öffentlichkeit durch dualen Rundfunk*. In: Wunden, Wolfgang (Hg.): *Öffentlichkeit und Kommunikationskultur*. Beiträge zur Medienethik Band 2, J. F. Steinkopf Verlag, Hamburg; Stuttgart 1994, S. 101-102.
- Schumacher, Heidemarie: *Fernsehen fernsehen. Modelle der Medien- und Fernsehtheorie*. DuMont Buchverlag, Köln 2000, S.147, S. 192, S. 196, S. 199.
- Wegener, Claudia: *Reality-TV. Fernsehen zwischen Emotion und Information?* Schriften der Gesellschaft für Medien und Kommunikationskultur GMK, Band 7, Leske + Budrich, Opladen 1994, S. 15, S. 16, S. 32, S. 33, S. 34, S. 36.
- Williams, Raymond: *Television. Technology and Cultural Form*. London 1974, S. 10f.

HOCHSCHULSCHRIFTEN

- Eggert, Dominik: *Cross-Channel-Konzeptionen für TV-Formate. Möglichkeiten und Grenzen einer integrierten Vermarktung*. Köln: Institut für Rundfunkökonomie an der Universität zu Köln, Arbeitspapiere Nr. 231, 2006, S. 3, S. 6, S. 8, S. 19, S. 27.
- Krieger, Jörn: *Die Popularisierung des Mediums Fernsehen. Vom Elite-Medium zum Schauplatz des Normalbürgers*. Bamberg: Otto-Friedrich-Universität, Dissertation, 2002, S. 7, S. 12, S. 79, S. 142.
- Weiß, Judith: „Phänomen Castingshow“. *Untersuchungen zu Produktion und Rezeption eines TV-Formates*. Wien: Universität Wien, Diplomarbeit, 2010.

ZEITSCHRIFTEN

- Ahrens, Annabella/Weiß, Hans-Jürgen (2012): *Scripted-Reality-Formate: Skandal oder normal? Ein Orientierungsvorschlag*. In: tv-diskurs 61, 3/2012/16. Jg., S. 22.
- Gleich, Uli (2001): *Forschungsüberblick zu Nutzungsmotiven, Funktionen und Wirkungen von Soap Operas, Talkshows und Reality-TV. Populäre Unterhaltungsformate im Fernsehen und ihre Bedeutung für die Zuschauer*. In: Media Perspektiven 10/2001, S. 524.

- Klaus, Elisabeth/Lücke, Stephanie (2003): *Reality TV – Definition und Merkmale einer erfolgreichen Genrefamilie am Beispiel von Reality Soap und Docu Soap*. In: M&K Medien & Kommunikationswissenschaft 51. Jg. 2/2003, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden, S. 209.
- Lünenborg, Margreth/Martens, Dirk (2012): *Skandalisierung im Reality-TV. Strategien und Erscheinungsformen 2000-2009*. In: Programmbericht 2011. Fernsehen in Deutschland. Programmforschung und Programmdiskurs, VISTAS Verlag GmbH, Berlin, S. 128-144.
- McIlwraith, Robert D. (1998): „*I’am Addicted to Television*“: *The Personality, Imagination, and TV Watching Patterns of Self-Identified TV Addicts*. In: Journal of Broadcasting & Electronic Media 42(3), S. 371-386.
- Zubayr, Camille/Gerhard, Heinz (2013): *Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 2012. Tendenzen im Zuschauerverhalten*. In: Media Perspektiven 3/2013, S. 130-131, S. 140.

INTERNET

- AGF Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (2013): *TV-Daten – Zuschauermarkt – Sehdauer*. URL: <http://www.agf.de/daten/zuschauermarkt/sehdauer> [Stand 2.6.2013]
- ALM GbR, Die Medienanstalten (2013): *TV-Senderdatenbank*. URL: <http://www.die-medienanstalten.de/?id=761> [Stand 12.5.2013].
- Baum, Helmar: *Scripted Reality: Dauerbrenner oder Auslaufmodell der TV-Nachmittags-Unterhaltung?* Berlin: MD.H Mediadesign Hochschule, 2012, URL: <http://www.mediadesign.de/comment/reply/3172> [Stand 3.6.2013].
- A) Bibliographisches Institut GmbH (2013): *Duden - Wörterbuch - Realität*. URL: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Realitaet> [Stand 20.6.2013].
- B) Bibliographisches Institut GmbH (2013): *Duden - Wörterbuch - Fiktion*. URL: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Fiktion> [Stand 20.6.2013].
- Fernsehmuseum Hamburg e.V. (2011): *Chronik des deutschen Fernsehens*. URL: <http://www.fernsehmuseum-hamburg.de/chronik8.html> [Stand 28.4.2013].
- Mediendaten Südwest (2013): *Aktuelle Basisdaten zu TV, Hörfunk, Print, Film und Internet*. URL: <http://www.mediendaten.de/index.php?id=fernsehen-sehdauer-d0> [Stand 2.6.2013].

SONSTIGES

- Gäbler, Bernd: *Hohle Idole. Was Bohlen, Klum und Katzenberger so erfolgreich macht*. Otto Brenner Stiftung, Studie, Frankfurt/Main 2012, S. 8, S. 35.
- von Gottberg, Joachim: *Skandalisierung, Empörung, Konsequenzen. Medien und Tabus*. Nomos Verlagsgesellschaft mbH, mediaculture online, Berlin 2010, S. 2, S. 9, S. 10.
- LFK Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg: *Rundfunkstaatsvertrag RStV. § 2, Fassung des fünfzehnten Staatsvertrages, die seit 2013 in Kraft getreten ist*, Stuttgart 2013, S. 6.
- Mikos, Lothar: *Ober-/Unterschichten-TV. Der Mythos von der Oberflächlichkeit*. Hochschulgottesdienst den Potsdamer Hochschulen in der Friedenskirche, Potsdam 2010, S.5.
- Weir, Peter [Regie]; Niccol, Andrew [Drehbuch]; Carrey, Jim [Darst.]; Linney, Laura [Darst.]; Emmerich, Noah [Darst.]: *Die Trueman Show*. Film, USA: Paramount Home Entertainment, 1998. – 99 min
- Weiß, Hans-Jürgen: *Reality TV zwischen Fakten, Fiktion und Wirklichkeit. Ergebnisse der Programmforschung und Wirkungsaspekte*. Pressemitteilung 13. September 2012, LMS Landesmedienanstalt Saarland, Saarbrücken 2012, URL: <http://87.106.249.87:8902/lmsaar/aktuelles/pressemitteilungen/22-2012-reality-tv-zwischen-fakten-fiktion-und-wirklichkeit/?searchterm=reality-tv> [Stand 21.5.2013].

Anhang

Interview-Fragebogen

- 1.) Was verstehen Sie unter Reality-TV?
- 2.) Welche Sendungen bzw. Serien kennen Sie?
- 3.) Wenn Sie solch eine Sendung ansehen, aus welchen Gründen tun Sie dies?
- 4.) Schauen Sie regelmäßig eines dieser Sendeformate?
Wenn ja, wieso?
- 5.) Was für eine Meinung haben Sie zum Niveau solcher Sendeformate?
- 6.) Denken Sie, solche Sendungen wirken sich auf den Zuschauer in irgendeiner Art und Weise aus, in positivem oder negativem Sinn?
- 7.) Haben Sie selbst das Gefühl, dass Sie davon beeinflusst werden?
- 8.) Denken Sie, dass dieses Fernsehgenre ein wichtiger Baustein in der heutigen Gesellschaft ist?
- 9.) Nehmen Sie aktiv an gewissen Sendungen Teil, durch beispielsweise Votings, Gewinnspiele, Social Media?
- 10.) Ist es für Sie ein Gesprächsthema in ihrem Umfeld und trägt zu ihrer Kommunikation bei?
- 11.) Haben Sie Erwartungen oder Vorstellungen, was zukünftig in diesem Genre passieren könnte? (neue Formate, ... etc.)
- 12.) Ist es für Sie reizvoll, selbst an solch einem Sendeformat teilzunehmen?
- 13.) Haben Sie das Empfinden, dass solche Sendungen Niveaugrenzen überschreiten?
Wenn ja, nennen Sie bitte ein Beispiel und wieso Sie dieses als niveau-los empfinden.

Interview mit: **Rieke Hurler**
Datum: 11. Juni 2013
Interviewart: persönliches Interview
Alter: 26
Tätigkeit: Pilotin

Was verstehen Sie unter Reality-TV?

Reality-TV ist für mich eine Sendung im Fernsehen, wo echte Personen nicht als Schauspieler spielen, sondern sie selbst so zu sagen spielen und der Zuschauer Einblicke in deren Leben und deren Geschichten bekommt.

Welche Sendungen bzw. Serien kennen Sie?

Also die größte die mir einfällt ist glaube ich *Big Brother*. Dann *Die Geissens* gibt's glaube ich auch, das ist ja jetzt ganz bekannt. *Germany's next Topmodel* und *Das Perfekte Dinner* kenne ich auch, wenn das dazu zählt, dann diese ganzen Richter-Shows. *Das Dschungel-Camp* ist mir auch bekannt. Und was gab es noch – *Popstars*, *DSDS*⁷⁴, also *Deutschland sucht den Superstar*. Ich glaube das waren so die größten, die ich zumindest kenne.

Wenn Sie solch eine Sendung ansehen, aus welchen Gründen tun Sie dies?

Also bei diesen großen, also diesen Casting-Sachen, da finde ich es immer ganz interessant, wenn man es verfolgen kann, so eine fortlaufende Geschichte. Das finde ich ganz spannend. Und es ist halt interessant wer am Schluss gewinnt. Ich frage mich manchmal auch, warum ich es angucke, aber es ist so, wenn man es einmal angeschaut hat, also die ersten zwei, drei Folgen, dann will man natürlich wissen, wie es weiter geht. Das ist dann irgendwie wie eine Sucht. Dann will man ja wissen, wie es weiter geht und dann kennt man mal die Personen und ist drin und dann interessiert es einen eben. Und bei den ganzen Sachen wie diese Richter-Shows oder bei *Die Geissens*, da würde ich nun mal behaupten, also ich schaue die jetzt nicht an, aber ich weiß dass es die gibt und ich habe auch schon einmal ein paar Sendungen gesehen und das ist mehr so Belustigung. Ich glaube das ist einfach Berieselung. Es ist so ein bisschen Abschalten und anderen Leuten zugucken und vielleicht auch so ein bisschen denken, ach ja, so geht's bei anderen Leuten zu.

⁷⁴ *DSDS* entspricht der Abkürzung für *Deutschland sucht den Superstar*

Schauen Sie regelmäßig eines dieser Sendeformate? Wenn ja, wieso?

Germany's next Topmodel, also wenn man regelmäßig sagen kann, also ich denke ich habe die Hälfte der Sendungen gesehen und von den anderen aber nicht. Und *Germany's next Topmodel* einfach, weil mich Mode interessiert und weil es so eine Tradition war, weil ich die letzten Staffeln auch schon gesehen habe und dann musste ich es dieses Mal auch anschauen.

Was für eine Meinung haben Sie zum Niveau solcher Sendeformate?

Also wenn man ehrlich ist, ist es meistens ziemlich niveaulos. Also es ist ja meistens auch schon so, dass man sich fast ein bisschen schämt das anzugucken, aber trotzdem tut man es, weil man sich irgendwie denkt, klar, das Niveau ist jetzt zwar nicht besonders hoch, aber dafür ist es auch nicht anstrengend. Also es ist wirklich leichte Unterhaltung. Da steckt sicher viel dahinter. Ich glaube schon, dass die sich viel dabei denken, wie sie etwas machen und warum und die Entscheidungen fällen, aber das Niveau an sich jetzt für mich, das anzusehen, ist nicht besonders hoch. Also den Geschichten zu folgen, das ist nicht irgendwie kompliziert.

Denken Sie, solche Sendungen wirken sich auf den Zuschauer in irgendeiner Art und Weise aus, in positivem oder negativem Sinn?

Ja, ich glaube schon, dass sich das auswirkt. Am Beispiel von *Germany's next Topmodel*, das wirkt sich glaube ich zum Einen natürlich auf Modetrends aus, dann wie man sich als Frau positionieren möchte. Also man schaut es und vergleicht sich mit anderen: „Guck mal, die ist viel größer als ich“ oder „Die hat voll die langen dünnen Beine“, oder ist es jetzt hipp, dass man die Haare so trägt. Ich denke schon, dass es viel Einfluss hat, dass man sich da vielleicht auch ziemlich viel abkupfert und dann aber bei den Sendungen wie *Die Geissens* oder *Das perfekte Dinner*, bei solchen Sachen, da schaut man sich schon so ein bisschen ab, wie leben andere Leute. Vielleicht auch so Kleinigkeiten, wie sich andere Leute eingerichtet haben, was gibt es bei denen zu essen, wie verhalten die sich.

Haben Sie selbst das Gefühl, dass Sie davon beeinflusst werden?

Man denkt ja immer, man selbst wird nicht beeinflusst, aber wahrscheinlich schon. Also ich bilde mir zumindest ein, solche Dinge, die ich für besonders niveaulos halte wie z. B. diese Richter-Shows, die schaue ich auch nicht an, ich weiß nur dass es die gibt, aber da glaube ich, dass es jetzt nicht so den Einfluss auf mich hat, da ich einfach weiß, dass es nicht echt ist, aber bei den Sachen wie bspw. *Das perfekte Dinner* oder *Mieten Kaufen Wohnen*, da hast du so das Gefühl „Ach schau mal, so hat der seine Wohnung eingerichtet“ oder man sucht so etwas ähnliches. Ich glaube schon, dass mich das auch beeinflusst.

Denken Sie, dass dieses Fernsehgenre ein wichtiger Baustein in der heutigen Gesellschaft ist?

Ich glaube das muss es sein, weil sonst hätten wir nicht so viele Reality-Sendungen momentan im Fernsehen. Also ich glaube, hier geht es um Angebot und Nachfrage. Aber ich weiß nicht, ob ich es für sinnvoll halte. Ich glaube, ich halte es für nicht so sinnvoll. Ich denke es ist jetzt nicht so die geistige Anstrengung und es ist jetzt auch nicht so, dass es einen unbedingt weiter bringt oder dass man dadurch gebildet wird. Also ich glaube früher kam viel mehr im Fernsehen, was wirklich die Menschen auch gebildet hat oder das Wissen erweitert hat. Irgendeine interessante Doku oder eine tolle Reportage oder so etwas. Diese Dinge würde ich für sinnvoller erachten, aber ich glaube, dass es großen Einfluss hat und das ist das, was die Leute wollen und wird dann im Fernsehen gezeigt.

Nehmen Sie aktiv an gewissen Sendungen Teil, durch beispielsweise Votings, Gewinnspiele, Social Media?

Nein. Aber das liegt glaube ich daran, dass ich nie gewinne (lacht). Nein, das mache ich nicht. Das reizt mich irgendwie überhaupt nicht, weil ich denke, ich gewinne ja eh nicht. Und beim Voting mache ich auch nicht mit. Ich denke mir, da rufen ja auch andere an. Das Voting geht auch ohne mich.

Ist es für Sie ein Gesprächsthema in ihrem Umfeld und trägt zu ihrer Kommunikation bei?

Ja, aber meistens immer nur in belustigendem Sinne. Also es ist nicht so, dass man sich irgendwie ernsthaft darüber unterhält, sondern wenn, dann wird darüber Witze gemacht, von wegen „Guck mal, das ist ja wie bei den *Geissens*“ oder so. Also da hat das ganze schon Einfluss, das merkt man dann auch, wenn man sich mit Leuten unterhält, aber das es jeden Tag bei der Arbeit ein gezieltes Gesprächsthema ist, so ist es nicht.

Haben Sie Erwartungen oder Vorstellungen, was zukünftig in diesem Genre passieren könnte? (neue Formate, ... etc.)

Ich glaube da ist noch ganz viel Potential und sich noch ganz viel verändern wird. Ich weiß bloß nicht wohin. Vielleicht wird es so sein, dass es noch echter ist, also noch weniger inszeniert. Das könnte ich mir vorstellen, denn momentan ist schon noch ziemlich viel abgekartet und geschauspielert und könnte schon sein, dass es tatsächlich noch ganz andere Formate geben wird, bei denen es komplett ohne Drehbuch, also ohne Rollen ist.

Ist es für Sie reizvoll, selbst an solch einem Sendeformat teilzunehmen?

Ich glaube das kommt für mich gar nicht in Frage. Einfach darum, weil ich das nicht wollen würde, dass mich andere Leute sehen, im Fernsehen erst recht nicht. Kann ich mir jetzt nicht vorstellen.

Haben Sie das Empfinden, dass solche Sendungen Niveaugrenzen überschreiten? Wenn ja, nennen Sie bitte ein Beispiel und wieso Sie dieses als niveaulos empfinden.

Ja, das glaube ich schon. Also ich denke, das hat im Kleinen angefangen, mit diesen ersten Formaten, die es gab. Also ich weiß jetzt nicht, welches das erste Format war, aber ich kann mich noch erinnern, wie jetzt bei *DSDS* oder bei *Popstars* oder so, wie du halt tatsächlich gesehen hast, wie Leute bspw. gemobbt werden oder wie die live heulen oder zusammenbrechen und so Zeug. Das fand ich schon mal nicht so schön und dann natürlich bei *Das Dschungelcamp*, dass man da irgendwelche nackten Körperteile von irgendwelchen Leuten sieht. Ja, oder solche Niveaugrenzen, wo Tiere gegessen werden müssen, gegen den Willen, was man vielleicht sonst nicht machen würde. Ich glaube schon, dass da viele Grenzen gerissen wurden, aber ich glaube, es ist auch nur ein Lauf der Zeit. Es ist wahrscheinlich schon gar nicht mehr so – mmh – also es hat sich schon normalisiert.

Interview mit:	Nicole Dieringer
Datum:	11. Juni 2013
Interviewart:	persönliches Interview
Alter:	31
Tätigkeit:	kaufmännische Angestellte

Was verstehen Sie unter Reality-TV?

Reality-TV sind Sendungen, die gerne auf privaten Sendern gezeigt werden, die gerne mit Laienschauspielern dargestellt werden, die aber vorgaukeln, sie wären im echten Leben.

Welche Sendungen bzw. Serien kennen Sie?

Familie im Brennpunkt, irgendwelche komischen Ermittler oder Detektive, dann *Das perfekte Promi-Dinner*, *Das Dschungelcamp*, *Big Brother*, *Shopping Queen*, das normale *Das perfekte Dinner*.

Wenn Sie solch eine Sendung ansehen, aus welchen Gründen tun Sie dies?

Meistens schaue ich es aus Langeweile, weil nichts Besseres im Fernsehen kommt. Ansonsten, gibt es ja auch noch *Unsere erste gemeinsame Wohnung*. Da schaue ich mir gerne an, was für komische Wohnungen die Leute sich aussuchen und wie sie sich einrichten und was für seltsame Pärchen das ab und zu sind. Da sieht man selten normale Leute.

Schauen Sie regelmäßig eines dieser Sendeformate? Wenn ja, wieso?

Das Dschungelcamp schaue ich regelmäßig, wenn es kommt. Und ansonsten eher unregelmäßig, weil diese Formate, wie z. B. *Shopping Queen* zu Uhrzeiten laufen, wenn man bei der Arbeit ist. Wenn ich Zeit und nichts Besseres vor hätte, dann würde ich eben so etwas wie *Shopping Queen* nebenher laufen lassen. Das wäre jetzt eine Sendung, bei der ich sagen könnte, die würde ich nebenbei laufen lassen. *The Voice of Germany* schaue ich eigentlich auch regelmäßig. Das ist eine schöne Abendunterhaltung und nicht vergleichbar mit *Deutschland sucht den Superstar*, was ich nicht gucke.

Was für eine Meinung haben Sie zum Niveau solcher Sendeformate?

Ich habe nicht so eine gute Meinung davon. Die meisten Sendungen sind schon ziemlich niveaulos. Außer *The Voice of Germany* finde ich sticht hier heraus und *Shopping Queen* finde ich auch nicht ganz so niveaulos, aber es kommt auch immer sehr darauf an, welche Personen jeweils mitwirken. Es gibt gute Gruppen, bei denen man denkt, die sind ganz okay, und es gibt Gruppen, bei denen man denkt, wo die wohl ausgebrochen sind. Aber darauf legen die Sender natürlich auch Wert. Und niveaulos bedeutet hier für mich so etwas wie „Ghetto-Sprache“, die oft verwendet wird, komische Sprüche, keine Manieren; das ist für mich irgendwie niveaulos. Die Leute verhalten sich nicht so, wie man sich verhalten sollte oder dass ich denke, das wäre hier jetzt angebracht.

Denken Sie, solche Sendungen wirken sich auf den Zuschauer in irgendeiner Art und Weise aus, in positivem oder negativem Sinn?

Also die Nachmittagssendungen auf z. B. RTL, das ist wirklich „Hartz IV-Fernsehen“. Das kann ich leider nicht anders beschreiben, denn das ist eigentlich nur Fremdschämen. Also wenn man da mal kurz reinschaut, dann zappe ich auch nach einer Minute wieder weg, weil ich denke, wie peinlich ist denn das, so kann man doch gar nicht sein. Ob wohl ich nun über *The Voice of Germany* denke, dass das auch die Leute schauen, die etwas mehr Anspruch haben, da es schon etwas niveauvoller ist. So sehe und finde ich das zumindest. Und ich denke schon, dass die Leute beeinflusst werden können. Es kommt halt darauf an, wie sie ticken. Also wenn ich mir so eine Auswanderer-Familie anschau, dann denke ich oftmals, wie man so blöd sein kann, bspw. nach Spanien auszuwandern und die Sprache aber nicht beherrschen. Es gibt bestimmt

viele, die dann denken, das sei ja voll gut, lass uns auch auswandern. Aber es gibt dann auch die anderen, die denken, so funktioniert das niemals.

Haben Sie selbst das Gefühl, dass Sie davon beeinflusst werden?

Also ich werde eigentlich nicht beeinflusst. Ich kann zwar schon sagen, wie bei *Unsere erste gemeinsam Wohnung* oder *Mieten Kaufen Wohnen*, dass eine Wohnung schön ist, aber ich würde jetzt nicht sagen, genau so muss meine Wohnung aussehen, denn ich habe meine eigenen Vorstellungen, die brauche ich dann nicht von irgendeinem Makler aus dem Fernsehen.

Denken Sie, dass dieses Fernsehgenre ein wichtiger Baustein in der heutigen Gesellschaft ist?

Ich glaube schon, dass den ganzen jüngeren Leuten, die diese Sendungen ja von klein auf kennen, etwas fehlen würde und dann manchmal gar nicht wissen würden, was sie anschauen sollten. Da bin ich eigentlich ziemlich sicher.

Nehmen Sie aktiv an gewissen Sendungen Teil, durch beispielsweise Votings, Gewinnspiele, Social Media?

Also Kommentare über Social Media habe ich nie abgegeben. An einem Gewinnspiel habe ich auch noch nie teilgenommen. Vielleicht habe ich mal, wobei ich das jetzt nicht mehr wirklich weiß, und wenn dann bei *The Voice of Germany*, für einen Teilnehmer abgestimmt, den ich gut fand. Aber wenn, dann war es eine SMS und das war es. Ich habe da dann nicht unzählige SMS geschickt. Es war dann einmal und damit war es gut.

Ist es für Sie ein Gesprächsthema in ihrem Umfeld und trägt zu ihrer Kommunikation bei?

Ab und an ist es ein Gesprächsthema. Aber jetzt nicht in ausführlicher Form. Es wird eher mal kurz erwähnt „Ich habe gestern gesehen ...“ und dann ist auch schon wieder gut. Also es gibt keine langen Diskussionsrunden über eine Sendung.

Haben Sie Erwartungen oder Vorstellungen, was zukünftig in diesem Genre passieren könnte? (neue Formate, ... etc.)

Damit habe ich mich eigentlich noch gar nicht so genau auseinander gesetzt. Ich denke, wenn etwas nicht mehr kommt, dann kommt wieder etwas Neues hinzu. Es kann auch extremer werden. Meiner Meinung nach braucht es aber nicht mehr werden. Es ist sowieso schon zu viel.

Ist es für Sie reizvoll, selbst an solch einem Sendeformat teilzunehmen?

Es ist für mich überhaupt nicht reizvoll. Wenn, dann könnte ich mir das überhaupt nur aus Werbezwecken vorstellen, so wie z. B. bei *Mieten Kaufen Wohnen*. Da wird man ja

immer gefragt, was man beruflich macht und wenn man seine eigene Firma hat, dann könnte man das nutzen, um diese ein wenig im Fernsehen zu vermarkten. Oder ich bräuchte unbedingt Geld, aber da ich selber nichts kann, was irgendwie gefragt ist, bin ich da eher ein schlechter Kandidat.

Haben Sie das Empfinden, dass solche Sendungen Niveaugrenzen überschreiten? Wenn ja, nennen Sie bitte ein Beispiel und wieso Sie dieses als niveaulos empfinden.

Mmh, ob die Grenzen wirklich überschritten werden, das weiß ich jetzt nicht so genau, aber ich habe mal abends diese Sendung geschaut, bei denen Frauen umoperiert werden, auf RTL II. Diese Frauen bekommen wirklich alles gemacht und ich denke mir, die sind am Ende so künstlich, an denen ist gar nichts mehr echt. Sie sehen vielleicht hübscher aus, aber vielleicht hätte man auch ohne zig Operationen etwas ändern können. Oder wenn ich an *Dieter Bohlen* denke, der jemanden total bloßstellt, ist schon so eine Grenze überschritten, allerdings denke ich immer, wenn die Leute bei so einem Format mitmachen, dann weiß man doch ab der zweiten Staffel, worauf man sich einlässt und dann braucht man sich auch nicht aufregen. Und die Kandidaten wissen doch dann eigentlich auch, wenn *Dieter Bohlen* in der Jury sitzt, wie der tickt und was einen erwartet.

Interview mit:	Jan Waschkewitz
Datum:	11. Juni 2013
Interviewart:	persönliches Interview
Alter:	38
Tätigkeit:	Betriebswirt

Was verstehen Sie unter Reality-TV?

Darunter verstehe ich, dass es Sendungen sind, die die Realität wiedergeben wollen. Ich denke das sind einfach Dinge, die man im Alltag, also in der Realität sieht und dann im Fernsehen wiedergegeben werden.

Welche Sendungen bzw. Serien kennen Sie?

Ja, kenne ich, zum Beispiel ... also ich kenne jetzt die Titel nicht genau, aber es sind einmal dann halt, wo irgendwelche Politessen, Autobahnpolizisten oder vom Ordnungsamt begleitet werden. Dann diese Scripted-Reality, wie *Familie im Brennpunkt*, *X-Diaries*, diese Sendung auf RTL II, dann dieses *Berlin Tag und Nacht* und diese Nachfolger-Sendung *Köln 50667*. Die habe ich zwar nie gesehen, aber ich weiß, dass

es die gibt. *Frauentausch*, vielleicht sogar auch *Das perfekte Dinner*, die ganzen Casting-Sendungen kenne ich natürlich auch, *DSDS*, *X-Faktor*, *The Voice of Germany*.

Wenn Sie solch eine Sendung ansehen, aus welchen Gründen tun Sie dies?

Aus unterschiedlichen Gründen. Also diese Casting-Sendungen schaue ich halt eben, um mich unterhalten zu lassen. Also da möchte ich eben Leute sehen, die gut singen können und mich vielleicht auch berühren und so Sendungen wie *Frauentausch* oder dieses *Berlin Tag und Nacht* die gucke ich gar nicht, weil ich mich da nicht unterhalten fühle. Also ich möchte mich unterhalten und ich glaube, das selbe gilt auch bei *Das Perfekte Dinner*, dass man da auch unterhalten wird. Obwohl ich jetzt da keine große Unterhaltung erwarte. Einfach nur halt so nebenbei. Während halt bei diesen Casting-Sendungen meine Aufmerksamkeit schon erheblich höher ist.

Schauen Sie regelmäßig eines dieser Sendeformate? Wenn ja, wieso?

Ja, also regelmäßig eigentlich wegen meiner Partnerin. So was wie *Das perfekte Dinner* oder *Shopping Queen*. Weniger aus eigenem Interesse sondern halt, um mit zu schauen und sich darüber zu unterhalten. Und diese Casting-Sendungen eben wenn sie kommen, dann gibt es schon ein zwei Formate, wie *The Voice of Germany* oder so, die ich dann regelmäßig gucke. Während die anderen Casting-Formate, *DSDS* z. B. mich nicht unbedingt reizen. Ich denke, dass bei *The Voice of Germany* die Sänger besser sind und es wird halt nicht so versucht, Skandale zu zeigen oder das soziale Umfeld dieser Teilnehmer, um es etwas spannender zu machen. Also es ist jetzt keiner dabei, der eine Familie hat, wo die Mutter gerade erst gestorben ist und der Sohn für die Mutter singen will und selbst wenn es der Fall wäre, bekommt man es eben nicht gesagt. Und das finde ich eben ganz angenehm. Das es da nur um den Gesang geht und nicht um das Drumherum.

Was für eine Meinung haben Sie zum Niveau solcher Sendeformate?

Da muss man das Niveau erstmal aufteilen, im Sinne von Niveau, wie die Sendung gemacht ist und vielleicht so was wie das Niveau, wen ich wie damit erreichen will. Also Niveau heißt bei mir immer, dass wenn man etwas schaut, im Sinne von anspruchsvoll ... also wie sehr es einen beansprucht, wie viel Aufmerksamkeit man investieren muss. Also bei *DSDS* ist die Sendung bestimmt sehr hochwertig gemacht. Das ist ja keine billige Sendung, aber der Anspruch ist halt eher gering. Und ich mag Sendungen, die Anspruch haben. Ich denke, dass eben bei *The Voice of Germany* der Anspruch, weil die Sänger besser sind als andere, in dem Moment höher ist. Also das ist jetzt nur so ein Gefühl, aber ich denke das macht halt eben mehr Spaß zu schauen. Während so etwas wie *Frauentausch* oder diese Sendungen wo irgendwelche Autobahnpolizisten Verkehrssünder einsammeln, sind in der Mache sehr billig und das Zusehen fordert einen überhaupt nicht. Für mich ist es eher unteres Niveau. Ich denke,

um diese Sendungen verfolgen zu können, braucht man überhaupt eine Aufmerksamkeit.

Denken Sie, solche Sendungen wirken sich auf den Zuschauer in irgendeiner Art und Weise aus, in positivem oder negativem Sinn?

Also ich denke, sie verstärken oder fördern das Verhalten der Zuschauer, dass sie schon ohnehin haben. Ich denke, wenn jemand nicht aufmerksam eine Sendung verfolgen will, dann wird er sich schon seine Sendungen suchen, egal ob es jetzt *Frauentausch* oder irgendwelche Reality-TV-Sendungen oder andere Sendungen sind, können auch Zeichentrickserien sein oder Seifenopern, die jemand schaut ... also ich glaube nicht dass die Sendungen einen verändern, ich glaube eher, ich suche mir die aus, die ich gerne sehen möchte. Also ich weiß nicht, ob diese Sendungen so viel Macht haben, aus jemandem, der aufmerksam und niveauvoll ist, ob die dann aus so einem Typen jemanden machen, der dann nur noch mit der Trainingshose und einem Bier vor dem Fernseher sitzt. Ich habe irgendwo mal gelesen, „Fernsehen macht dumme Leute dümmer und kluge Leute klüger“. Ich denke, es geht eher in diese Richtung. Meiner Meinung nach wird man eher in die Richtung, in der man sich sowieso schon befindet, weiter vorangetrieben.

Haben Sie selbst das Gefühl, dass Sie davon beeinflusst werden?

Also als ich eine Weile arbeitslos war und viel Zeit hatte, da habe ich die ganzen Sendungen auch gesehen. Aber wenn man dann wieder zurück in die Spur kommt, dann vermisst man diese Sendungen gar nicht. Ich habe aber keinen dieser Charaktere oder die Handlungsweisen von denen als Vorbild genommen. Es gab verschiedene Situationen, wenn sich gestritten wurde oder wenn jemand Geburtstag hatte, wie man dann halt für ihn Geschenke kauft. Das war aber absolut nicht die Herangehensweise, die ich machen würde und auch weiterhin nicht tun werde.

Denken Sie, dass dieses Fernsehgenre ein wichtiger Baustein in der heutigen Gesellschaft ist?

Ich denke, es ist ein Trend. Genauso wie vor ein paar Jahrzehnten diese Talk-Sendungen fast überall waren. Da gab es ja die *Kiesbauer*, dann gab es den *Beckmann*, den *Kerner*. Also es wandelte sich die Phase. Erst waren es diese Talk-Sendungen und irgendwann gab es davon nur noch wenige. Dann kamen diese Gericht-Sendungen wie *Barbara Salesch*, *Alexander Holt* und keine Ahnung was alles hoch, dann wurden die weniger und jetzt sind es halt mehr so Sendungen, bei denen Leute im Urlaub, Familien oder eben Gerichtsvollzieher oder Menschen vom Ordnungsamt gezeigt werden. Also ich denke die werden dann eben in ein paar Jahren wieder irgendwas Neues gefunden haben. Das wird dann vielleicht auch wieder ein paar Jahre andauern, dass die Leute das sehen wollen, aber irgendwann wird man dann wieder auf ein anderes Format umsteigen. Also ich denke, solche Sendungen

werden immer ein Teil unserer Gesellschaft sein. Es wird halt nur immer andere Versionen davon geben und andere Varianten. Es wird immer ein Teil der Fernsehkultur und damit auch der Gesellschaft sein.

Nehmen Sie aktiv an gewissen Sendungen Teil, durch beispielsweise Votings, Gewinnspiele, Social Media?

Also ich mache das überhaupt nicht. Ich habe bisher weder angerufen, nie eine Seite auf *Facebook* von so einer Sendung betrachtet. Das einzige was ich tue ist, dass ich ganz selten von ganz wenigen Leuten mal ein Video auf *You Tube* von dem Auftritt angeschaut habe oder sonst auf irgendeiner Seite, auf der Sendungsausschnitte zur Verfügung gestellt werden. Aber das war so selten. Und reizen tut es mich überhaupt nicht.

Ist es für Sie ein Gesprächsthema in ihrem Umfeld und trägt zu ihrer Kommunikation bei?

Also ich muss gestehen, dass viele von meinen Freunden so etwas gar nicht schauen. Wir haben uns schon oft über Sendungen im Fernsehen unterhalten, aber es war nie so ein Format dabei. Also in meinem Freundeskreis ist es kein großes Thema. Mit meiner Partnerin und der Familie rede ich eher mal darüber.

Haben Sie Erwartungen oder Vorstellungen, was zukünftig in diesem Genre passieren könnte? (neue Formate, ... etc.)

Nein, aber ich denke, die werden da bestimmt was Neues finden. Es war ja immer so, dass es immer Sendungen gab, mit einem gewissen Tabubruch. Das war bei *Big Brother* so, was ganz am Anfang kam, inzwischen ist es vollkommen normal. Ich denke einfach, die Leute werden sich immer was Neues einfallen lassen. Aber in genau welche Richtung das gehen wird, das kann ich nicht sagen. Es gibt halt verschiedene Sendungen, die man aus dem Ausland mitbringt. Wovon einige Sendungen ja auch nur ironisch gemeint waren, wie z. B. diese Sendung, bei der einer eine Leber gewinnen konnte, der eine benötigte. Aber ob das Fernsehen irgendwann so weit gehen wird, dass weiß ich nicht. Ich meine in Japan gibt es ja auch Sendungen, bei denen Menschen auch wirklich Schmerzen empfinden. Also ich denke, nach oben gibt es keine Grenzen. Da wird man noch einiges finden. Nur ob die Leute das sehen wollen, das weiß ich nicht, aber es wird immer Schritt für Schritt etwas dazu kommen und Neues erfunden werden.

Ist es für Sie reizvoll, selbst an solch einem Sendeformat teilzunehmen?

Null. Daran habe ich überhaupt kein Interesse, mal vor der Kamera zu stehen und da mit zu machen.

Haben Sie das Empfinden, dass solche Sendungen Niveaugrenzen überschreiten? Wenn ja, nennen Sie bitte ein Beispiel und wieso Sie dieses als niveaulos empfinden.

Also es gab ja mal diese Sendung mit der *Super Nanny* oder mit dieser *Vera Int-Veen*, wo man den Leuten eben vorgeworfen hat, sie würden absichtlich irgendwas passieren lassen, wie halt eben, dass in einem Fall ein Hund gestorben ist oder dass die *Super Nanny* irgendwie Streit provozieren würde, damit die Sendung etwas wilder wird. Ich schaue die Sendungen eben zu wenig, dass ich sagen könnte, wie niveaulos sie sind. Sie fordern mich halt eben nicht, und wenn mich eine Sendung nicht fordert, dann finde ich sie uninteressant. Und wenn Sendungen so etwas provozieren, damit etwas passiert oder etwas dramatischer wirkt, dann schalte ich spätestens nach drei Minuten weg, weil ich mich da veräppelt fühle. Also ich kann mir schon vorstellen, dass diese Sendungen niveauloser werden können. Ich bin aber eigentlich einer, der findet *Das Dschungelcamp* gar nicht niveaulos. Also es ist auf jeden Fall eine aufwendig produzierte Sendung und ich finde dass z. B. die Kommentare von den beiden Moderatoren sogar zeitweise echt niveauvoll sind. Sie sind zwar unter der Gürtellinie und zeitweise auch sehr böse und ironisch, aber das ist nicht niveaulos. Also vielleicht das Drumherum; Leute auszuliefern und auflaufen zu lassen und sich über sie lustig zu machen, das könnte man als niveaulos bezeichnen, weil die Sendung damit provozieren will, aber die ist halt eben gar nicht übel gemacht. Und es stecken auch kluge Köpfe dahinter und das merkt man bei der Sendung. Das wird aber auch ein Grund des Erfolgs sein. Diese Sendung finde ich selber spannend. Wenn man dann halt mal irgendwann sieht, was mit Menschen passiert, wenn sie alleine ausgeliefert sind ... auch hier fällt mir wieder auf, wie niveauvoll oder wie anspruchsvoll diese Sendung ist. Die machen sich ja davor schon Gedanken, dass man immer den selben Typ Person im Camp hat. Also man hat immer einen jungen Mann, der relativ eitel ist, dann hat man immer einen alten Mann, der ein bisschen weise ist. Es sind halt immer die selben Typen, meistens ist eine Nervensäge dabei etc. Also die müssen da im Vorfeld schon ganz schön filtern und die Leute bestimmen. Es ist eben immer der selbe Typ und deswegen funktioniert ja auch die Sendung. Also ich kann jetzt bei dieser Sendung gar nicht von niveaulos sprechen. Dass halt Leute immer gerne so etwas schauen, weil sie vielleicht auch bei einem Verkehrsunfall gucken würden, weil sie halt diesen Drang haben, hinzusehen, wenn irgendetwas passiert. Also ich finde deshalb diese Sendung gar nicht so beachtenswert. Es macht ja auch jeder freiwillig mit. Also schlimmer finde ich es, wenn sich Leute über jemanden lustig machen, der es nicht verdient hat oder der nichts dafür kann. Aber bei der Sendung machen glaube ich alle freiwillig mit, jeder weiß, was ihn erwarten könnte, also man weiß, dass immer jemand rausgepickt wird, der negativ dargestellt wird. Es sind auch alles Prominente, die schon Erfahrung mit Medien haben, deshalb habe ich da auch kein Mitleid. Während ich bei anderen Sendungen eben Mitleid mit Leuten habe, wenn sich über sie lustig gemacht wird und diese aber nichts dafür können, wie man es vielleicht bei anderen Formaten wie *Die Super Nanny* hat.

Interview mit: **Lynn Hazlewood**
Datum: 13. Juni 2013
Interviewart: persönliches Interview
Alter: 52
Tätigkeit: Ladenbesitzerin

Was verstehen Sie unter Reality-TV?

Darunter verstehe ich eine Sendung, die das echte Leben nachmacht.

Welche Sendungen bzw. Serien kennen Sie?

Also ich denke *Big Brother*, wenn es das noch gibt, *Deutschland sucht den Superstar* und *Germany's Next Topmodel*. Und wenn *Das perfekte Dinner* auch dazu zählt, dann das auch noch.

Wenn Sie solch eine Sendung ansehen, aus welchen Gründen tun Sie dies?

Also wenn ich so etwas anschauen, dann weil ich es so faszinierend finde, dass die Leute sich einfach so bloßstellen und dass sie mitmachen. Also, dass sie einfach alles in der Öffentlichkeit präsentieren und preisgeben. Aber ich schaue wenn dann nur zehn Minuten oder eine viertel Stunde solcher Sendungen an.

Schauen Sie regelmäßig eines dieser Sendeformate? Wenn ja, wieso?

Nein, also regelmäßig schaue ich keines dieser Formate an.

Was für eine Meinung haben Sie zum Niveau solcher Sendeformate?

Also das ist für mich keine Bildung. Es ist auf einem ziemlich niedrigen Niveau, würde ich sagen. Meiner Meinung nach, bringt es gar nichts, so etwas anzuschauen. Nur Unterhaltung, wenn überhaupt.

Denken Sie, solche Sendungen wirken sich auf den Zuschauer in irgendeiner Art und Weise aus, in positivem oder negativem Sinn?

Ja, das denke ich schon. Sendungen wie *Deutschland sucht den Superstar* könnte ja vielen jungen Leute falsche Hoffnungen geben, dass sie z. B. Popstar oder Model werden könnten. Ich denke, diese Sendungen haben schon einen Einfluss.

Haben Sie selbst das Gefühl, dass Sie davon beeinflusst werden?

Nein, da bin ich mir ganz sicher.

Denken Sie, dass dieses Fernsehgenre ein wichtiger Baustein in der heutigen Gesellschaft ist?

Nein, also ich persönlich glaube, man braucht das gar nicht. Ich glaube, es bringt nichts für die Gesellschaft. Ich denke schon, dass es viele vermissen würden, wenn es dies nicht mehr gebe, aber wenn es dieses Genre nicht geben würde, dann könnten die Leute vielleicht auch mal etwas anderes anschauen, was intelligenter ist.

Nehmen Sie aktiv an gewissen Sendungen Teil, durch beispielsweise Votings, Gewinnspiele, Social Media?

Nein, das habe ich nicht getan.

Ist es für Sie ein Gesprächsthema in ihrem Umfeld und trägt zu ihrer Kommunikation bei?

Nein, es trägt gar nicht zu meiner Kommunikation bei.

Haben Sie Erwartungen oder Vorstellungen, was zukünftig in diesem Genre passieren könnte? (neue Formate, ... etc.)

Nein, aber ich könnte mir vorstellen, dass es nur noch schlimmer wird, also noch echter. Es angestrebt wird, es noch echter zu machen und das ist meiner Meinung nach nicht wirklich positiv.

Ist es für Sie reizvoll, selbst an solch einem Sendeformat teilzunehmen?

Überhaupt nicht. Nein, auch wenn das vielleicht gute Werbung wäre, wenn man selbstständig ist oder ein Geschäft hat, aber ich würde es nie machen.

Haben Sie das Empfinden, dass solche Sendungen Niveaugrenzen überschreiten? Wenn ja, nennen Sie bitte ein Beispiel und wieso Sie dieses als niveaulos empfinden.

Also ich kenne mich nicht gut genug damit aus. Ich habe z. B. *Das Dschungelcamp* nicht gesehen, aber wenn hier so manche Dinge gegessen werden müssen oder man sich bei *Germany's next Topmodel* vollkommen nackt fotografieren lassen muss, dann denke ich, dass eine Grenze überschritten wird. Aber ich fürchte, dieses ganze Genre ist nur eine Frage, wie weit man gehen kann und es wird ja immer noch weiter gehen. Die Leute werden schließlich auch immer abgestumpfter und abgehärteter. Ich finde es eigentlich geschmacklos. Also im Grunde ist es für mich schon so, dass Niveaugrenzen übertreten werden. Also um als Beispiel *Das perfekte Dinner* zu nehmen, hier in Deutschland ist es nicht so extrem, aber in England betrinken sich die Leute und man sieht dann im Fernsehen, wie sich diese Leute dann benehmen, wenn sie betrunken sind und das ist wirklich so unangenehm und abstoßend.

Interview mit: **Linda Bellavilla**
Datum: 13. Juni 2013
Interviewart: persönliches Interview
Alter: 28
Tätigkeit: Kellnerin

Was verstehen Sie unter Reality-TV?

Unter Reality-TV verstehe ich, dass die Fernsehsendung mir zeigen möchte, was heute in der Realität passiert.

Welche Sendungen bzw. Serien kennen Sie?

Also es gibt mehrere. Es gibt *Sturm der Liebe*, *Gute Zeiten Schlechte Zeiten*, *Marienhof*. Es gibt eben mehrere solcher Sendungen, die täglich im Fernsehen kommen, von Montag bis Freitag. Natürlich gibt es dann noch die Dinge wie *Big Brother*, *Deutschland sucht den Superstar*, *Germany's Next Topmodel*, die ich kenne.

Wenn Sie solch eine Sendung ansehen, aus welchen Gründen tun Sie dies?

Es ist unterhaltsam. Wenn ich bspw. *DSDS* anschau; also erstens ist es witzig und zweitens hört man da dann die Musik, die momentan aktuell ist. Bei *Germany's Next Topmodel*, finde ich interessant, was man alles unternimmt und ich persönlich finde es auch interessant zu sehen, dass *Heidi Klum* eigentlich eine Businessfrau ist. Sie macht sehr viel, also sie ist Mutter und macht gleichzeitig eine Arbeit. Das ist ja eine Leistung, so ein Projekt hinzustellen. Also ich finde nicht nur die Sendung an sich toll, sondern auch so eine Sendung zu erstellen, das muss ja auch entstehen und man muss eine Idee bringen. Es ist ebenfalls interessant, was alles gemacht wird. Sie reisen herum und gleichzeitig sieht man was Mode ist und was nicht. Das ganze drum und dran, wie das Schminken und so weiter, ist eigentlich schon recht spannend für mich.

Schauen Sie regelmäßig eines dieser Sendeformate? Wenn ja, wieso?

Ja klar, *Sturm der Liebe* von den Serien, Von den Sendungen schaue ich gerne *Das Supertalent*, dann *Let's Dance*, *Germany's Next Topmodel* ... also da schaue ich schon einiges. *Let's Dance* schaue ich an, weil ich das Tanzen schön finde. Ich selber kann nicht so super toll tanzen, deswegen schaue ich es mir auch gerne an. Das ist wie in „meinem Theater“, so gemütlich zu Hause.

Was für eine Meinung haben Sie zum Niveau solcher Sendeformate?

Also erstens, man muss sagen, man braucht immer Mut, sich vor so vielen Zuschauern zu präsentieren. Wenn jemand singen kann, dann hat er Niveau, aber manchmal ist es eher witzig, dass sie sozusagen eine Lachnummer sind. Und wenn man jetzt auf nicht so freundliche Kommentare der Jury schaut; wer sich bspw. vor *Dieter Bohlen* präsentiert und sie sich blamieren, er dann seine Meinung sagt, ist das vollkommen okay.

Zwar ist es nicht unbedingt nett, aber die kommen ja auch nicht nett rüber, dann ist ja klar, dass man dann auch dem entsprechend seine Meinung sagt. Und im realen Leben ist es ja auch so, dass nicht immer alles nett ist. Klar, es kann etwas immer freundlicher gesagt werden, aber im Realen ist es so, dass man nicht immer höflich ist.

Denken Sie, solche Sendungen wirken sich auf den Zuschauer in irgendeiner Art und Weise aus, in positivem oder negativem Sinn?

Ja, also die Zuschauer werden auf jeden Fall beeinflusst, wenn man z. B. jemanden gerne sieht. Man schaut eine Sendung an und hat ja doch eigentlich seinen Favoriten, bei dem man sagt, dem würde ich es gönnen, weil er es einfach kann und davon wird man doch auf jeden Fall beeinflusst. Jetzt solche Nachmittagssendungen wie *Familie im Brennpunkt* oder so, so einen Mist versuche ich mir ehrlich gesagt nicht anzuschauen. Aber es ist schon vorgekommen, dass ich es mir angucke. Zwei bei Kallwas habe ich mir eine Zeit lang angesehen, aber es ist halt total gespielt. Und ich denke, Menschen werden eben immer beeinflusst, auch wenn es negativ ist, aber man redet ja dann trotzdem darüber, wenn man darüber mit seinem Partner, seiner besten Freundin oder den Eltern oder so redet. Deswegen denke ich schon, dass man beeinflusst wird.

Haben Sie selbst das Gefühl, dass Sie davon beeinflusst werden?

Ich werde beeinflusst. Egal ob es etwas Trauriges oder etwas Lustiges ist, erzähle ich es z. B. meinem Partner und lachen uns darüber kaputt, also werde ich schonmal beeinflusst.

Denken Sie, dass dieses Fernsehgenre ein wichtiger Baustein in der heutigen Gesellschaft ist?

Wir machen es wichtig. Weil man es ja doch gerne anschaut. Meine Serien am Tag, die darf mir eigentlich keiner wegnehmen. Selbst wenn ich arbeiten bin, nehme ich es mir auf. Ich will es auf jeden Fall anschauen. Und selbst wenn ich mal nicht dazu komme an einem Tag oder am nächsten Tag, dann versuche ich alles nachzuholen. Wenn man etwas gerne anschaut, dann denke ich schon, dass es für einen wichtig ist, obwohl es natürlich nicht zum Leben wichtig ist, aber es ist dann wie ein Hobby.

Nehmen Sie aktiv an gewissen Sendungen teil, durch beispielsweise Votings, Gewinnspiele, Social Media?

Nein, so etwas habe ich noch nicht gemacht. Ich lese nur gerne ab und zu die Vorschau, weil ich es dann doch nicht abwarten kann, aber kommentieren oder so, nein, das mache ich nicht. Da habe ich halt doch etwas Besseres zu tun.

Ist es für Sie ein Gesprächsthema in ihrem Umfeld und trägt zu ihrer Kommunikation bei?

Also unsere Sendung schaue ich zusammen mit meinem Partner und dann reden wir schon darüber, was passiert ist. Es ist schon wie eine Art Ritual, dass wir es gemeinsam ansehen. Also es trägt schon zu unserer Kommunikation bei. Wir unterhalten uns dann vor allem danach darüber. Es ist dann wie eine kleine Zusammenfassung. Es ist nicht so, dass wir etwas ansehen und danach ist es vorbei, es entsteht im Anschluss schon eine Kommunikation.

Haben Sie Erwartungen oder Vorstellungen, was zukünftig in diesem Genre passieren könnte? (neue Formate, ... etc.)

Nein, da habe ich keine Erwartungen. Man selbst wünscht sich bei den Serien, die ich schaue, irgendwann mal ein Ende, weil es sich auf Dauer schon irgendwie überzieht. Aber ansonsten, auf die Frage bezogen, habe ich keine Vorstellung.

Ist es für Sie reizvoll, selbst an solch einem Sendeformat teilzunehmen?

Nein. Das kann ich mir gar nicht vorstellen.

Haben Sie das Empfinden, dass solche Sendungen Niveaugrenzen überschreiten? Wenn ja, nennen Sie bitte ein Beispiel und wieso Sie dieses als niveaulos empfinden.

Also ich sage, die Leute sind im Prinzip selber schuld, wenn sie z. B. bei *Das Dschungelcamp* solch einen ekligen Mist essen, aber sie sind selber schuld. Klar, es wird schon eine Grenze überschritten, dass solche Dinge gegessen werden sollen, aber dass die Teilnehmer das überhaupt essen, da sind sie ja dann selber schuld. Es ist einfach ekelig, egal wie viel Geld einem dafür geboten werden würde, irgendwo habe man ja auch seinen Stolz und sein Niveau. Also ich finde es persönlich einfach ekelig. Und jetzt bei *Deutschland sucht den Superstar* und *Dieter Bohlen*; man kann etwas immer netter sagen, aber wie ich schon gesagt habe, im realen Leben ist es so, dass die Menschen nicht immer nett sind. Klar spielt sich *Dieter Bohlen* ein bisschen auf, aber es ist ja irgendwie auch sein Job, sonst wäre es nicht *Bohle*. Wenn er nicht so reagieren würde, dann wäre er wie alle anderen und er muss sich ja doch schon von den anderen unterscheiden können. Ich meine, ich könnte nicht solche Antworten und Kommentare geben wie er, außer, wenn mir wirklich einer zu blöd käme, aber eigentlich versuche ich auf diese Art und Weise nicht zu antworten. Aber meiner Meinung nach ist es auch so, dass so mancher Kandidat auch schon quasi solche Reaktionen und Antworten fordert. Und ich denke auch, wenn es nicht so wäre, dann wäre es ja auch langweilig. Deswegen, sage ich, man kann sich darüber streiten, ob solche Dinge unsympathisch sind oder es reizvoller machen und ob die Niveaugrenzen dabei überschritten werden.

Interview mit: **Irmgard Mayer**
Datum: 13. Juni 2012
Interviewart: persönliches Interview
Alter: 56
Tätigkeit: kaufmännische Leitung

Was verstehen Sie unter Reality-TV?

Darunter verstehe ich jetzt eigentlich die aktuellen TV-Sendungen, z. B. *Germany's Next Topmodel*, die direkt übertragen werden.

Welche Sendungen bzw. Serien kennen Sie?

Oje, kennen tue ich eine Menge, das bedeutete aber nicht, dass ich die alle anschau. Und zwar kenne ich *Big Brother*, obwohl ich gar nicht weiß, ob das noch läuft. Dann *Germany's Next Topmodel*, dann gibt es noch so eine Tanz-Show *Let's Dance*, dann natürlich *Das Dschungelcamp*. Mmmh, ja, dann gibt es noch *Shopping Queen* oder so etwas, das sehe ich nämlich immer in der Werbung. Ach ja, *Die Auswanderer* gibt es auch noch. Das sind jetzt die Sendungen, die mir spontan einfallen.

Wenn Sie solch eine Sendung ansehen, aus welchen Gründen tun Sie dies?

Ich schaue das eigentlich mehr zur Entspannung an und dann z. B. bei *Germany's Next Topmodel* hat mich eben dieses Mal, bei dieser Staffel, es interessiert, weil es aus L.A. war und weil ich dort hin jetzt in den Urlaub gegangen bin. Im Urlaub sind wir dann nämlich auch zu der Skateboard-Bahn in *Venice Beach* gegangen, wo eines der Fotoshootings war und in den *Universal-Studios* waren wir auch, worüber ebenfalls kurz was gekommen ist. Also das war eben ein Grund und was mich dann noch interessiert, bei *Die Auswanderer*, wie sich die Leute so anstellen. Ich glaube das sowieso nicht, dass das alles so ist, da macht ja auch viel das Fernsehen. Und da ich schon in vielen Ländern gewesen bin, gucke ich immer nochmal gerne etwas vom Land an, obwohl jetzt auch nicht so viel kommt. Dann kann ich sagen, hier war ich schon oder so.

Schauen Sie regelmäßig eines dieser Sendeformate? Wenn ja, wieso?

Wenn ich zu Hause bin, dann schaue ich *Die Auswanderer*. Also jetzt nicht unbedingt immer regelmäßig, aber schon meistens. Und dann *Germany's Next Topmodel* habe ich dann auch so ziemlich angesehen.

Was für eine Meinung haben Sie zum Niveau solcher Sendeformate?

Also naja, Niveau; *Das Dschungelcamp* schaue ich jetzt nicht an, weil das ist für mich ein bisschen unter dem Niveau, weil wenn gebracht wird, dass man in irgendwelche Schlangen greifen muss oder auch wie sich die Leute unterhalten. Also mein Partner schaut diese Sendung regelmäßig an und ab und zu werfe ich dann auch einen Blick rein, aber meistens habe ich die Augen zu, weil es mich irgendwie anekelt. Und an-

sonsten, die anderen Shows wie *Die Auswanderer* sind eigentlich auch primitiv. Also wie gesagt, ich schaue das eigentlich nur an, weil mich die Länder interessieren oder zum Abschalten.

Denken Sie, solche Sendungen wirken sich auf den Zuschauer in irgendeiner Art und Weise aus, in positivem oder negativem Sinn?

Gut, ich könnte mir jetzt vorstellen, dass vielleicht junge Leute das als Soziales Netzwerk oder so nehmen, oder auch gewisse Vorbilder darin sehen; ich weiß es nicht. Aber sagen wir mal so, ich finde es halt teilweise nicht ganz realistisch, gerade bei *Die Auswanderer*. Ich kapiere es eigentlich nicht, wie jemand mit 20.000 Euro oder so sich was aufbaut oder loszieht, ohne eine Wohnung zu haben, ohne irgendwas. Also für mich, als Erwachsener, ist das alles etwas naiv. Aber für die jüngere Generation könnte ich mir schon vorstellen, dass die vielleicht gewisse Vorbilder sehen oder irgendwie denken, das mache ich auch mal so.

Haben Sie selbst das Gefühl, dass Sie davon beeinflusst werden?

Das ist für mich eigentlich wirklich nur Geflimmer. Also der Inhalt der Sendungen ist rein Unterhaltung. Jetzt gerade nur bei den Dingen über die Länder, dass ich mal denke, das wäre doch auch ein schönes Land oder das wäre eine Idee, da auch mal hinzureisen, wenn ich es noch nicht kenne, aber sonst vom Inhalt her flimmert es eigentlich an mir vorbei. Manchmal denke ich auch, das kann es doch jetzt nicht sein und denke, dass auch bewusst Leute genommen werden, die irgendwie in eine Situation reinrauschen. Das Fernsehen hätte ja kein Interesse, wenn ich oder sonst einer kommt, außer *Die Geissens* natürlich, und mit 120.000 Euro da irgendwas anfängt, das wäre ja uninteressant. Die suchen sich ja bewusst so etwas, wo es schief geht oder irgendwelche Probleme gibt oder irgendwelche Drogensüchtige, die dann auswandern

Denken Sie, dass dieses Fernsehgenre ein wichtiger Baustein in der heutigen Gesellschaft ist?

Ja, ich denke schon. Also sagen wir es mal so, gerade von den Jugendlichen her, denke ich es schon. Ich könnte jetzt schon darauf verzichten. Also ich meine, dieses TV-Genre hat sich inzwischen einfach manifestiert

Nehmen Sie aktiv an gewissen Sendungen Teil, durch beispielsweise Votings, Gewinnspiele, Social Media?

Nein, das habe ich bisher nicht gemacht. Wenn ich dann vor allem diese Fragen lesen, bei denen irgend so was Idiotisches gefragt wird. Also, nein, da habe ich mich noch nie beteiligt.

Ist es für Sie ein Gesprächsthema in ihrem Umfeld und trägt zu ihrer Kommunikation bei?

Ja eigentlich schon. Man macht sich da, gerade wenn jetzt *Das Dschungelcamp* kommt, was ja viele anschauen, darüber lustig. Also meistens eben, wenn man in geselliger Runde beisammen ist, mit Mitarbeitern oder wenn man mal zusammensitzt und einen Geburtstag oder so feiert, dann kommen solche Themen halt auch mal zur Sprache. Aber man macht sich da halt mehr darüber lustig.

Haben Sie Erwartungen oder Vorstellungen, was zukünftig in diesem Genre passieren könnte? (neue Formate, ... etc.)

Dazu habe ich mir ehrlich gesagt bisher noch gar keine Gedanken gemacht.

Ist es für Sie reizvoll, selbst an solch einem Sendeformat teilzunehmen?

Nein, auf keinen Fall. Gar nicht.

Haben Sie das Empfinden, dass solche Sendungen Niveaugrenzen überschreiten? Wenn ja, nennen Sie bitte ein Beispiel und wieso Sie dieses als niveaulos empfinden.

Ja, also manchmal finde ich schon, dass Grenzen überschritten werden. Im *Dschungelcamp*, was da manchmal so gemacht wird. Ich kann das eigentlich echt nicht anschauen, weil es mir schlecht dabei wird. Wenn ich jetzt z. B. sehe, dass die Leute dort Spinnen essen oder so ähnliches Zeug, dann muss ich ganz ehrlich sagen, dass ist dann unter meinem Niveau, weil da schmeckt es mir nicht mehr. Deshalb ist es bei mir so, ich höre es manchmal im Hintergrund, was da abläuft, aber ich mache die Augen zu, weil ich es eigentlich nicht sehen will. Oder bei *Germany's Next Topmodel*, kam auch einmal irgendetwas. Da waren sie in Thailand und da mussten die Kandidaten auch solche Dinge essen und ich finde es eigentlich blöd, wenn Leute irgendetwas machen müssen, das sie eigentlich gar nicht können, wie irgendwo herunter springen und jemand aber Höhenangst hat und die Personen eigentlich dazu gezwungen werden, bloß um weiter in die nächste Runde zu kommen. Das bedeutet für mich auch, dass es unter dem Niveau ist.

Interview mit: **Gerhard Bosch**
Datum: 13. Juni 2013
Interviewart: persönliches Interview
Alter: 66
Tätigkeit: Geschäftsführer

Was verstehen Sie unter Reality-TV?

So ganz weiß ich das gar nicht. Also ich schaue Fernsehen, z. B. *Daniela Katzenberger* oder *Goodbye Deutschland*. Ich denke das zählt zu Reality-Fernsehen.

Welche Sendungen bzw. Serien kennen Sie?

Die Geissens, *Daniela Katzenberger*, *Goodbye Deutschland* gibt es, natürlich *Das Dschungelcamp*, *Deutschland sucht den Superstar*, *Germany's Next Topmodel*. Also ich kenne die Sendungen und ich finde teilweise Dinge bewundernswert, wenn man sieht, dass so jemand wie *Daniela Katzenberger*, die arm dran war, es geschafft hat, innerhalb kurzer Zeit sich einen Namen zu machen, Cafés aufgemacht und ein Buch geschrieben hat, kommt laufend in der Sendung und verdient glaube ich jedes Mal 20.000 Euro und ist inzwischen Millionärin.

Wenn Sie solch eine Sendung ansehen, aus welchen Gründen tun Sie dies?

Als erstes kommt bei mir die Unterhaltung und ich möchte abschalten. Mich interessieren aber auch die Leute, wie man so blöd sein kann. Aber darum geht es ja. Es geht nicht um den Inhalt, Menschen wie Sie und ich sollen einfach nur einschalten, und damit wird das Ziel erreicht.

Schauen Sie regelmäßig eines dieser Sendeformate? Wenn ja, wieso?

Nein, also richtig regelmäßig nicht. Eben mal da zehn Minuten und mal hier ein paar Minuten.

Was für eine Meinung haben Sie zum Niveau solcher Sendeformate?

Also meiner Meinung nach passt sich das Niveau den Leuten an, die diese Sendungen anschauen. Das Niveau ist genau das, was die Menschen sehen wollen. Die wollen sehen, dass Menschen leiden, dass sich die *Katzenberger* die Brust operieren lässt. Also das Niveau ist so tief, wie wir es machen. Ob es noch viel tiefer geht, das weiß ich nicht.

Denken Sie, solche Sendungen wirken sich auf den Zuschauer in irgendeiner Art und Weise aus, in positivem oder negativem Sinn?

Klar, das denke ich. Die Menschen leben teilweise danach. Viele Mädchen bspw. wollen sich daraufhin auch operieren lassen und werden wie *Daniela Katzenberger*. Also ich glaube schon, dass das Einfluss hat und man sieht ja, die Menschen lernen z. B.

Aggressivität aus dem Fernsehen, vor allen Dingen die jungen. Wenn Kinder solche Sendungen sehen, die leben auf und meinen, das sei real und das ist auch die Gefahr.

Haben Sie selbst das Gefühl, dass Sie davon beeinflusst werden?

Nein, das nicht. Ich bewundere eigentlich nur die Leute, die sich präsentieren. Aber ich sage mal, in meinem Alter, da kann ich nur drüber lachen.

Denken Sie, dass dieses Fernsehgenre ein wichtiger Baustein in der heutigen Gesellschaft ist?

Es ist im Prinzip totaler Blödsinn, aber die Gesellschaft will es. Da es Menschen gibt, die diese Sendungen ansehen und Menschen, die an ihnen Geld verdienen, will es ein Teil der Gesellschaft auch haben und ist somit ein wichtiger Baustein. Und auch, dass sich Unmengen an Personen bei Formaten wie *Germany's Next Topmodel* oder *Deutschland sucht den Superstar* bewerben, ist auch ein Zeichen dafür. Es ist meiner Meinung nach ein vollkommen unwichtiger Baustein, aber die Menschen verlangen danach, sonst würden es nicht zwei, drei, vier Millionen verfolgen.

Nehmen Sie aktiv an gewissen Sendungen Teil, durch beispielsweise Votings, Gewinnspiele, Social Media?

Nein, das habe ich noch nicht gemacht.

Ist es für Sie ein Gesprächsthema in ihrem Umfeld und trägt zu ihrer Kommunikation bei?

Ja klar. Ich kann mich dadurch unterhalten mit jeglichen Leuten. Jeder sagt nur, dass er es nicht ansieht. Mich freut es auch, die Leute immer etwas zu testen. Keiner schaut es scheinbar, aber doch kann jeder mitsprechen. Das merke ich in Gesprächen mit meinen Mitarbeitern und auch mit meinen Kunden. Das ist hier ein Kommunikationspunkt. Also die schweigende Mehrheit schaut solche Formate.

Haben Sie Erwartungen oder Vorstellungen, was zukünftig in diesem Genre passieren könnte? (neue Formate, ... etc.)

Ich denke, es wird immer schlimmer. Das heißt immer niveauloser. Also der Mensch wird sich immer mehr solchen Sendungen anpassen. Ich glaube halt, so lange die Menschen das sehen wollen, wird es immer niveauloser werden. Wahrscheinlich gibt es eine Mehrheit, für die das Niveau gut ist. Ich persönlich erwarte aber nichts von den Sendungen. Ich schaue es mir auch nicht ernsthaft an, aber ich kann mitreden.

Ist es für Sie reizvoll, selbst an solch einem Sendeformat teilzunehmen?

Nein.

Haben Sie das Empfinden, dass solche Sendungen Niveaugrenzen überschreiten? Wenn ja, nennen Sie bitte ein Beispiel und wieso Sie dieses als niveaulos empfinden.

Ja, die Niveaugrenze wurde schon lange überschritten. Also wenn ich das bei *Daniela Katzenberger* gesehen habe, dass sie sich die Brust operieren und die Lippen aufspritzen hat lassen, das gehört meiner Meinung nach nicht ins Fernsehen. Dadurch bekommt man Nachahmer und bringt junge Menschen dazu, dass sie auch so werden wollen und sich operieren lassen. Da ist in meinen Augen das Niveau überschritten, aber es wird weiterhin passieren. Ich meine, über Niveau kann man immer streiten. Bei *Das Dschungelcamp* ... wenn es solche Menschen gibt, die gerne solche Dinge bzw. Tiere essen, wie es dort getan wird, ... ich schaue es mir an, aber ich finde es nicht ekelig. Ich finde es lustig, wenn es einer macht. Es ist schwierig, über Niveau der Sendungen zu diskutieren. Als Einzelner hat man hier keinen Einfluss, sondern die Mehrheit entscheidet und die Mehrheit legt auch das Niveau fest. Und das Niveau ist auch gegenüber der Zeit, als ich noch jung war, in den letzten Jahren sehr stark gefallen und das wird sich auch in Zukunft nicht ändern. Und wenn ich dann sehe, dass sechs Millionen Zuschauer *Das Dschungelcamp* angucken oder drei vier Millionen *Daniela Katzenberger*, dann heißt das doch, das wir, die Gesellschaft, das Niveau festlegen, indem wir den Fernseher und diese Sendungen anschalten.

Interview mit:	Jaqueline Nadj
Datum:	16. Juni 2013
Interviewart:	persönliches Interview
Alter:	24
Tätigkeit:	Studentin

Was verstehen Sie unter Reality-TV?

Wenn Personen live gefilmt und im TV ausgestrahlt werden, meist in einem begrenzten Zeitraum

Welche Sendungen bzw. Serien kennen Sie?

Big Brother, Das Dschungelcamp, Goodbye Deutschland, Wedding Planer mit Stars

Wenn Sie solch eine Sendung ansehen, aus welchen Gründen tun Sie dies?

Für mich ist das ein Unterhaltungsfaktor. Man hat das Gefühl, es ist echt und somit glaubwürdig.

Schauen Sie regelmäßig eines dieser Sendeformate? Wenn ja, wieso?

Nein, ich schaue keines dieser Formate regelmäßig an.

Was für eine Meinung haben Sie zum Niveau solcher Sendeformate?

Naja, das Niveau hält sich in Grenzen und diese Sendungen dienen meiner Meinung nach nur der Unterhaltung und tragen zur Belustigung bei.

Denken Sie, solche Sendungen wirken sich auf den Zuschauer in irgendeiner Art und Weise aus, in positivem oder negativem Sinn?

Ich habe das Gefühl, dass man Personen, die sich „outen“ und dazu stehen, solche TV-Formate anzuschauen, automatisch in Schubladen steckt, bzw. ein neues und nicht unbedingt positives Bild erhält.

Haben Sie selbst das Gefühl, dass Sie davon beeinflusst werden?

Direkt nein, indirekt aber irgendwie schon, da man doch nicht wegschauen kann.

Denken Sie, dass dieses Fernsehgenre ein wichtiger Baustein in der heutigen Gesellschaft ist?

Nein, das denke ich nicht.

Nehmen Sie aktiv an gewissen Sendungen Teil, durch beispielsweise Votings, Gewinnspiele, Social Media?

Nein, das tue ich nicht.

Ist es für Sie ein Gesprächsthema in ihrem Umfeld und trägt zu ihrer Kommunikation bei?

Gezwungenermaßen ja. Ich erinnere mich an die letzte Staffel von *Das Dschungelcamp*. Wenn man diese nicht angeschaut hat, konnte man am nächsten Tag im Büro nicht an Gesprächen teilnehmen. Auch wenn alle Mitarbeiter einen akademischen Abschluss hatten, waren Sie davon fasziniert und war somit Teil der Kommunikation untereinander.

Haben Sie Erwartungen oder Vorstellungen, was zukünftig in diesem Genre passieren könnte? (neue Formate, ... etc.)

Ich wüsste nicht, was noch kommen soll, aber ich bin mir sicher, dass dieser „Trend“ noch lange anhält, denn der Bedarf an solchen Fernsehformaten scheint ja da zu sein. Außerdem denke ich, dass sich die Leute vom Fernsehen immer neuere Formate einfallen lassen werden, auch wenn das für mich mit einem immer stärker sinkendem Niveau zusammenhängt

Ist es für Sie reizvoll, selbst an solch einem Sendeformat teilzunehmen?

Nein, dafür ist mir meine Privatsphäre zu wichtig und meine Familie ebenso.

Haben Sie das Empfinden, dass solche Sendungen Niveaugrenzen überschreiten? Wenn ja, nennen Sie bitte ein Beispiel und wieso Sie dieses als niveaulos empfinden.

Ja, auf jeden Fall! Zum Beispiel bei *Das Dschungelcamp*. Ich weiß nicht, was schlimmer ist, die Personen die es nötig haben, da mitzumachen und sich bewusst als dumm und „billig“ präsentieren lassen oder die, die es gerne anschauen und aktiv verfolgen und sich daran erfreuen, wie doof und schamlos die Teilnehmer sind.

Interview mit: **Karina Hoger und Philipp Raff**
Datum: 16. Juni 2013
Interviewart: persönliches Partnerinterview
Alter: beide 21
Tätigkeit: Metzgerei-Fachverkäuferin und Speditionskaufmann

Was verstehen Sie unter Reality-TV?

K. Hoger: Also unter Reality-TV verstehe ich eigentlich solche Sendungen wie Soaps.

P. Raff: Ich denke das sind eben solche Formate wie *Berlin Tag und Nacht*. Auch Sendungen, von denen ständig Wiederholungen kommen und teilweise auch mehrere Staffeln zu sehen sind.

Welche Sendungen bzw. Serien kennen Sie?

K. Hoger: Kennen tue ich eigentlich viele. *Berlin Tag und Nacht*, *Alles was zählt*, *Gute Zeiten Schlechte Zeiten*, *Deutschland sucht den Superstar*, *Popstar*, *The Voice of Germany*, *Köln 50667*.

P. Raff: Ich kenne auch diese ganzen deutschen Seifenopern wie *Gute Zeiten Schlechte Zeiten*, die Sendungen, bei denen irgendwelche Privatdetektive ermitteln, *Das Supertalent*, dann noch *The Voice of Germany* und *Germany's Next Topmodel* gibt es auch noch.

Wenn Sie solch eine Sendung ansehen, aus welchen Gründen tun Sie dies?

K. Hoger: Man macht sich im Prinzip lustig darüber. Irgendwie finde ich es meistens lächerlich und dient nur zur Unterhaltung.

P. Raff: Für mich ist es auch Unterhaltung und eigentlich einfach gegen Langeweile. Mehr Gründe habe ich eigentlich nicht dafür.

Schauen Sie regelmäßig eines dieser Sendeformate? Wenn ja, wieso?

P. Raff: Also wenn wir Zeit haben, dann schauen wir *Berlin Tag und Nacht* gemeinsam an. Es ist halt so, wenn du einmal damit angefangen hast, ist man voll drin und findet sich aber auch immer wieder gut ein, wenn man auch mal eine Folge verpasst hat.

K. Hoger: Ja, das ist eigentlich das einzige, was wir regelmäßig ansehen. Und es ist einfach leicht für den Zuschauer, es zu verfolgen. Sonst schauen wir eigentlich meistens Filme an, aber keine dieser Sendungen oder Serien.

Was für eine Meinung haben Sie zum Niveau solcher Sendeformate?

P. Raff: Nun gut, das Niveau ist bei diesen ganzen Sendungen nicht besonders hoch. Es ist einfach das Nachspielen des Alltags. Also wenn man sich damit mal genauer auseinandersetzt und darüber nachdenkt, dann merkt man erst, dass das Niveau tatsächlich eher an der unteren Schiene ist.

K. Hoger: Das Niveau ist wirklich nicht besonders hoch. Es ist alles immer sehr übertrieben dargestellt und das setzt meiner Meinung nach das Niveau eher an den unteren Rand.

Denken Sie, solche Sendungen wirken sich auf den Zuschauer in irgendeiner Art und Weise aus, in positivem oder negativem Sinn?

P. Raff: Also ich denke erst einmal dahingehend, dass die Leute schon alleine deshalb davon beeinflusst werden, dass sie es überhaupt anschauen, also immer wieder ansehen.

K. Hoger: Ja, und vielleicht gerade bei solchen Sendungen wie *Mitten im Leben* oder so. Eventuell lernen die Zuschauer daraus, wenn z. B. etwas extrem dargestellt ist. Das kann dann in beide Richtungen gehen. Vielleicht machen sie dann irgendwelche negativen Dinge oder Taten nicht, die gezeigt werden oder aber die Leute machen dann gerade doch so etwas Dummes.

Haben Sie selbst das Gefühl, dass Sie davon beeinflusst werden?

P. Raff: Also direkt beeinflusst würde ich jetzt nicht sagen, aber es ist bei mir ja schon auch so, dass ich *Berlin Tag und Nacht* immer wieder anschau, wenn ich bzw. wir abends Zeit haben.

K. Hoger: Ja aber beeinflusst werden wir eigentlich nicht. Wir lassen uns halt beriebseln, aber dass der Inhalt uns jetzt irgendwie beschäftigt, dass eher weniger.

Denken Sie, dass dieses Fernsehgenre ein wichtiger Baustein in der heutigen Gesellschaft ist?

P. Raff: Ja gut, also ich meine schon, dass sich das als etwas Wichtiges im Alltag entwickelt hat. Man kann es sich ohne diese Sendungen und Serien gar nicht mehr vorstellen, glaube ich.

K. Hoger: Ja, das denke ich auch. Wenn es diese Art von Fernsehen nicht mehr geben würde, dann wäre es den Leuten langweilig, daher kann man ja eigentlich schon sagen, dass es inzwischen ein wichtiger Punkt geworden ist.

Nehmen Sie aktiv an gewissen Sendungen Teil, durch beispielsweise Votings, Gewinnspiele, Social Media?

K. Hoger: Nein, gar nicht. Das habe ich noch nie getan. Das ist für mich auch irgendwie Geld verschwendet, wenn man da z. B. anruft.

P. Raff: Ich habe auch noch gar nichts dieser Dinge gemacht und vor allem ist es auch verschwendete Zeit, nicht nur Geld.

Ist es für Sie ein Gesprächsthema in ihrem Umfeld und trägt zu ihrer Kommunikation bei?

P. Raff: Früher war es schon so, dass man darüber gesprochen hat, z. B. im Geschäft oder so. Aber jetzt weniger.

K. Hoger: Ja, genau. Bei mir auch. Man tauscht sich dann eben so darüber aus, was in der Serie passiert ist und was in der letzten Folge war. Aber inzwischen ist das irgendwie nicht mehr so, das war mehr am Anfang so.

Haben Sie Erwartungen oder Vorstellungen, was zukünftig in diesem Genre passieren könnte? (neue Formate, ... etc.)

P. Raff: Naja, ich denke mit den Soaps wird es immer weiter gehen und kein Ende finden. Ich glaube nicht dass es aufhört und irgendwann mal keine mehr geben wird. Es wird sich schon immer weiterentwickeln.

K. Hoger: Es wird auch immer mehr gemacht und die Sender lassen sich immer Neues einfallen. Ich denke auch, dass es nie aufhören wird. Und wahrscheinlich wird es auch immer schlimmer.

Ist es für Sie reizvoll, selbst an solch einem Sendeformat teilzunehmen?

K. Hoger: Nein, also für mich wäre das gar nichts. So im Fernsehen zu sein, nein, gar nicht. Das kann ich mir nicht vorstellen.

P. Raff: Nein, für mich wäre das auch absolut nichts.

Haben Sie das Empfinden, dass solche Sendungen Niveaugrenzen überschreiten? Wenn ja, nennen Sie bitte ein Beispiel und wieso Sie dieses als niveaulos empfinden.

P. Raff: Also teilweise finde ich schon, dass die Niveaugrenzen überschritten sind. Also bei *Mitten im Leben* oder *Familie im Brennpunkt* oder eben anderen Sendungen von der Sorte, da geht es so extrem zu. Ich glaube ja nicht, dass es im wahren Leben irgendwo so abläuft und das ist auch alles so unterstes Niveau, so „asozial“ meiner

Meinung nach. Ich meine, bei *Dieter Bohlen*, da weiß ja eigentlich jeder, wie er immer reagiert oder dass er eben beleidigend sein kann.

K. Hoger: Da muss ich auch dazu sagen, dass ich das auch so finde. Das ist schon nicht mehr normal, so „asozial“ werden die Menschen da teilweise dargestellt. So was schaue ich auch schon gar nicht an. Und bei *Bohlen* denke ich, dass die Leute es gerade deswegen schauen, da er mit seinen Beleidigungen an die Niveaugrenzen geht.

Interview mit:	Carola Bätzner
Datum:	17. Juni 2013
Interviewart:	persönliches Interview
Alter:	25
Tätigkeit:	Industriekauffrau

Was verstehen Sie unter Reality-TV?

Unter Reality-TV verstehe ich eine Fernsehsendung, die der Realität angelehnt ist. Es soll dabei sehr authentisch sein und nicht gespielt wirken. Ich denke, es soll so sein, dass sich die Zuschauer mit den Figuren aus dem Fernsehformat identifizieren können. Und meiner Meinung nach ist es hierbei so, dass das Niveau rein vom Geld abhängig ist.

Welche Sendungen bzw. Serien kennen Sie?

Da kenne ich einige, und zwar *Big Brother*, *Ich bin ein Star holt mich hier raus*, also *Das Dschungelcamp*, dann *Frauentausch*, *Bauer sucht Frau* und *Die Super Nanny*. Nicht zu vergessen *Deutschland sucht den Superstar*, *Popstars*, *Das Supertalent*, *The Voice of Germany* und *The Voice Kids*. Dann noch so was wie *Gute Zeiten Schlechte Zeiten*, *Alles was zählt*, *Unter uns* und *Sturm der Liebe*, ich denke das müsste auch dazu gehören. Ach ja, dann noch *Berlin Tag und Nacht* und *Köln 50667*.

Wenn Sie solch eine Sendung ansehen, aus welchen Gründen tun Sie dies?

Eigentlich schaue ich solche Sendungen meistens aus Langeweile an. Man kann sich dabei schön die Zeit vertreiben und man bekommt Unterhaltung geboten, ohne dass man den Kopf einachalten muss. Ab und zu schaue ich auch mal etwas aus Interesse an, aber das nur teilweise.

Schauen Sie regelmäßig eines dieser Sendeformate? Wenn ja, wieso?

Regelmäßig schaue ich *Gute Zeiten Schlechte Zeiten* an. Ich schaue diese Serie schon seit ich fünfzehn Jahre alt bin und irgendwie ist das einfach schon zur Gewohnheit geworden. Aber ich muss dazu auch sagen, dass, wenn ich mal eine Folge verpasse, das auch nicht schlimm ist und für mich deshalb auch absolut keine Welt zusammenbricht.

Was für eine Meinung haben Sie zum Niveau solcher Sendeformate?

Zum Großteil der Sendungen kann ich persönlich nur sagen, dass die Formate niveaulos sind. Es entsteht für mich häufig das Gefühl von Fremdschämen und ich zweifle oft an der Echtheit dieser Formate. Ich kann mir nicht vorstellen, dass die Menschen, die mitspielen, so wenig Schamgefühl besitzen. Die Niveauuntergrenze ist meiner Meinung nach schon lange erreicht. Die Umgangsformen sind der absolute Horror und die Bildung der Zuschauer wird immer weniger, da die Schauspieler mit Dummheit glänzen. Die Vorbildfunktion ist schließlich weiterhin gegeben.

Denken Sie, solche Sendungen wirken sich auf den Zuschauer in irgendeiner Art und Weise aus, in positivem oder negativem Sinn?

Also dass sich solche Sendungen auf den Zuschauer positiv auswirken könnte, das denke ich auf keinen Fall. Schon eher meine ich, dass sich negative Auswirkungen beim Zuschauer herausbilden könnten. Das Suchtverhalten der Jugendlichen wird dadurch bestimmt erhöht. Und auch der soziale Umgangston, der wird sich dem, was über diese Formate gezeigt wird, entsprechend anpassen und kann eigentlich als primitiv bezeichnet werden. Außerdem glaube ich auch, dass Zuschauer jüngerer Alters vermehrt meinen könnten, dass es tatsächlich der Realität entspricht, was sie da im Fernsehen sehen.

Haben Sie selbst das Gefühl, dass Sie davon beeinflusst werden?

Nein, ich glaube aus dem Alter bin ich schon raus, dass ich davon persönlich beeinflusst werde. Ich denke, es wird eher die Zuschauer im Alter zwischen sechs und vierzehn Jahren negativ beeinflussen.

Denken Sie, dass dieses Fernsehgenre ein wichtiger Baustein in der heutigen Gesellschaft ist?

Wenn ich so darüber nachdenke, ist es meiner Ansicht nach kein wichtiger Baustein. Es ist ein Unterhaltungsformat und sollte nie zu einem wichtigen Baustein werden. Die Gesellschaft der „unteren“ Schichten kann sich wohl damit identifizieren oder sie hat Zeit, diese Sendungen anzuschauen. Aber dass es grundlegend ein wichtiges Element ist, nein, das denke ich eher nicht.

Nehmen Sie aktiv an gewissen Sendungen Teil, durch beispielsweise Votings, Gewinnspiele, Social Media?

Nein, das mache ich nicht.

Ist es für Sie ein Gesprächsthema in ihrem Umfeld und trägt zu ihrer Kommunikation bei?

Ja, teilweise ist es das. Es kommt aber darauf an, was für eine Sendung es ist. Aber bei bestimmten Sendungen definitiv ja.

Haben Sie Erwartungen oder Vorstellungen, was zukünftig in diesem Genre passieren könnte? (neue Formate, ... etc.)

Ich könnte mir vorstellen, dass die Formate extremer werden. Es darf ja schließlich nicht langweilig werden. Vielleicht kommt es zu irgendwelchen Sendungen, bei denen es sich um Live-Geburten, Live-Beerdigungen oder ähnliches handeln wird. Aber definitiv wird das Niveau eine neue Untergrenze erreichen. Diese Sendungen sind bereits jetzt zum Großteil geschmacklos, aber ich denke man muss abwarten, was sich die Fernsehmacher noch so alles einfallen lassen.

Ist es für Sie reizvoll, selbst an solch einem Sendeformat teilzunehmen?

Absolut nicht. Das reizt mich überhaupt nicht. Für mich wäre das kompletter Horror und ich würde es für kein Geld der Welt machen.

Haben Sie das Empfinden, dass solche Sendungen Niveaugrenzen überschreiten? Wenn ja, nennen Sie bitte ein Beispiel und wieso Sie dieses als niveaulos empfinden.

Wie aus meinen bisherigen Antworten ja schon herauszuhören war, definitiv ja. Als Beispiel kann ich da *Frauentausch* erwähnen. Die asozialen Umstände einzelner Familien werden gezeigt und eine Nation ergötzt sich daran. Das ist meiner Meinung nach unterste Schublade. Die Kinder solcher Familien bekommen das Gefühl bzw. das Bild vermittelt, dass diese Lebensumstände normal und real sind.

Interview mit: **Valentina Memcevic**
Datum: 17. Juni 2013
Interviewart: persönliches Interview
Alter: 24
Tätigkeit: Sekretärin

Was verstehen Sie unter Reality-TV?

Ich denke, dazu gehören Sendungen und Serien, die nah am echten Leben aufgebaut sind und authentisch wirken sollen.

Welche Sendungen bzw. Serien kennen Sie?

Kennen tue ich *Gute Zeiten Schlechte Zeiten*, *Unter uns*, *Alles was zählt*, *Germany's next Topmodel*, *Verbotene Liebe*, *Deutschland sucht den Superstar*, *Das Supertalent*, *Sturm der Liebe*, *Frauentausch* und *Bauer sucht Frau*. Das sind die, die mir gerade einfallen.

Wenn Sie solch eine Sendung ansehen, aus welchen Gründen tun Sie dies?

Ich schaue solche Sendungen im Prinzip deswegen, weil es teilweise spannend und unterhaltsam ist. Manchmal schalte ich es aber auch aus Langeweile ein.

Schauen Sie regelmäßig eines dieser Sendeformate? Wenn ja, wieso?

Also regelmäßig schaue ich keines solcher Formate.

Was für eine Meinung haben Sie zum Niveau solcher Sendeformate?

Ich empfinde es meist niveaulos. Die Menschen in den Sendungen verhalten sich oft so asozial und ich bin der Meinung, dass das peinliche Verhalten mancher Leute und der Umgang der Personen untereinander im Fernsehen, Jugendlichen den Anschein geben, dass dies normal sei. Hart ausgedrückt meine ich, dass so die Gesellschaft verblödet.

Denken Sie, solche Sendungen wirken sich auf den Zuschauer in irgendeiner Art und Weise aus, in positivem oder negativem Sinn?

Ja, ich denke, dass viele Menschen meinen, das sei normal, was sie im Fernsehen sehen. Als Beispiel hier Dreier-Beziehungen bei *Gute Zeiten Schlechte Zeiten*. Die Jugendlichen, die das zum ersten Mal sehen, haben den Eindruck, dass so etwas korrekt ist, da diese Sendungen nah am echten Leben aufgebaut sind. Das ist meiner Meinung nach absolut negativ.

Haben Sie selbst das Gefühl, dass Sie davon beeinflusst werden?

Nein, ehrlich gesagt sehe ich oftmals die Dummheit dahinter.

Denken Sie, dass dieses Fernsehgenre ein wichtiger Baustein in der heutigen Gesellschaft ist?

Also für Leute, die z. B. lange arbeitslos sind und eher der unteren Schicht angehören, ja! Für Berufstätige oder Erfolgsorientierte eher nicht.

Nehmen Sie aktiv an gewissen Sendungen Teil, durch beispielsweise Votings, Gewinnspiele, Social Media?

Nein, ich nehme nicht an solchen Dingen teil.

Ist es für Sie ein Gesprächsthema in ihrem Umfeld und trägt zu ihrer Kommunikation bei?

Nein, das ist es eigentlich nicht.

Haben Sie Erwartungen oder Vorstellungen, was zukünftig in diesem Genre passieren könnte? (neue Formate, ... etc.)

Nein, ich habe überhaupt keine Vorstellungen, was in Zukunft noch kommen wird. Ich denke nur, dass es eventuell noch mehr Casting-Shows oder Serien geben wird. Ich selbst befasse mich eben eher wenig mit dem TV-Programm.

Ist es für Sie reizvoll, selbst an solch einem Sendeformat teilzunehmen?

Also wenn die Vergütung stimmen würde, dann könnte ich mir schon vorstellen, an solch einem Sendeformat teilzunehmen.

Haben Sie das Empfinden, dass solche Sendungen Niveaugrenzen überschreiten? Wenn ja, nennen Sie bitte ein Beispiel und wieso Sie dieses als niveaulos empfinden.

Ja, das finde ich. Zum Beispiel solche Sendungen wie Frauentausch. Da sieht der Zuschauer teilweise so „ekelhafte“ Frauen, die auf sexy machen und in knappen Hotpants und High-Heels im Alter von geschätzt Ende vierzig ein Auto putzen. Da frage ich mich doch, wer sich freiwillig so im deutschen Fernsehen präsentiert. Das ist dann für mich schon so geschmacklos und auch schon über die Niveaugrenze hinaus geschossen.

Interview mit: **Martin Rock**
Datum: 19. Juni 2013
Interviewart: persönliches Interview
Alter: 42
Tätigkeit: Abteilungsleiter

Was verstehen Sie unter Reality-TV?

Unter Reality-TV verstehe ich das Hineinblicken in Menschenleben. Solche Sendungen zeigen meistens „kranke“ Verhältnisse und sind sehr unterschiedlicher Qualität. Manche sind sehr spannend und schaue ich auch ganz gerne mal an und manche sind eher so ... ich sage mal, zu viel gespielt. Wobei ich eigentlich das Gefühl habe, das alles was im Reality-TV vorkommt oftmals gespielt ist oder zumindest ein Höhepunkt da drin sein muss, der das ganze interessant macht.

Welche Sendungen bzw. Serien kennen Sie?

Also kennen tue ich *Bauer sucht Frau*, das habe ich auch schon geschaut, *Frauentausch*. Dann *Germany's next Topmodel*, wenn das auch dazu gehört. Das sind erstmal so die gängigsten, die mir einfallen, obwohl es natürlich auch noch *Deutschland sucht den Superstar* und *Das Dachungelcamp* gibt.

Wenn Sie solch eine Sendung ansehen, aus welchen Gründen tun Sie dies?

Gesehen habe ich schon die drei erstgenannten und *Das Dschungelcamp*. *Germany's next Topmodel* habe ich so richtig allerdings nur mal zu einem der Finalshows reingeschaut und da fand ich einfach die Aufmachung sehr gut und die Musik. Ich habe mir dann sogar die Musik auch runtergeladen, die dort gespielt wurde. Und die anderen beiden Formate waren immer eher ein Hängenbleiben beim Durchzappen und dann kamen in dem Moment irgendwelche Situationen, die eben interessant waren.

Schauen Sie regelmäßig eines dieser Sendeformate? Wenn ja, wieso?

Regelmäßig schaue ich keine der ganzen Sendungen.

Was für eine Meinung haben Sie zum Niveau solcher Sendeformate?

Zum Niveau dieser Sendeformate habe ich eigentlich die Meinung, dass man nicht unbedingt Geld zahlen sollte, um diese Sendungen auch in HD zu schauen (lacht). Das Niveau selber ... also es gibt ein paar Sachen, die haben mir eigentlich ganz gut gefallen. Da war z. B. mal eine Situation bei *Frauentausch*, wo eine Familie sich bei der Tafel so zu sagen eingeschlichen hat, obwohl sie genug Geld hatte und die Frau, die getauscht war, hat das dann quasi verhindert. Ob das natürlich auch so eine Art Gag vom Sender war, der das so wollte, damit das ein bisschen spannend wird, das weiß ich nicht. Aber hier fand ich es gar nicht so schlecht. Andere Dinge, wie wenn sie sich dann am Schluss gegenseitig anschreien, was die andere Person jeweils falsch ge-

macht hat und wie sie ihren Mann so vernachlässigen könnte, da sage ich, dass ist niveaumäßig schon sehr an der unteren Grenze. *Bauer sucht Frau* bspw., das ist so was, bei dem ich eigentlich echt immer Zweifel habe, wozu es überhaupt dient. Diese Sendung ist von meiner Wertung her eigentlich auch das Schlechteste.

Denken Sie, solche Sendungen wirken sich auf den Zuschauer in irgendeiner Art und Weise aus, in positivem oder negativem Sinn?

Ich denke, dass manche sich da schon wiedererkennen. Also ich glaube, man macht diese Formate schon deswegen, weil sie das Leben von vielen beschreiben. Also jetzt nicht unbedingt meins, denn ich habe nicht so viele Erfahrungen, wie diese Personen immer machen. Es gibt ja solche Nachmittagssendungen, in die ich ab und zu mal ein bisschen reinschaue, wenn ich im Training bin, also ich meine so etwas wie *Familie im Brennpunkt* oder *Richter Alexander Hold*, wo ich dann denke, das sind für mich alles gespielte Fälle. Aber ich glaube, es ist nichts unmöglich auf dieser Welt und bin der Überzeugung, da finden sich schon einige wieder und deswegen schauen die es wahrscheinlich auch. Genau aus diesem Grund ist diese Sendereihe wahrscheinlich auch so erfolgreich.

Haben Sie selbst das Gefühl, dass Sie davon beeinflusst werden?

Also beeinflusst eher im Sinne, dass ich es halt dazu verwende, darüber zu erzählen, aber eher weil ich es amüsant finde und das für mich ein Fall ist, über den man lachen kann. Es ist weniger so, dass ich sagen kann, dass ich daraus etwas lerne oder mich darin wiederfinde.

Denken Sie, dass dieses Fernsehgenre ein wichtiger Baustein in der heutigen Gesellschaft ist?

Ein wichtiger Baustein, um weiter zu kommen sicher nicht, aber ich glaube ein Baustein, den sich viele wünschen. Nachmittags oder abends vor dem Fernseher zu sitzen, das zu schauen und einfach abzuschalten, in der Hinsicht schon. Also so zu sagen, im Grunde andere zu beobachten und damit in andere Leben hineinzuschauen, was unheimlich spannend ist. Man kümmert sich nicht mehr um den Nachbarn, sondern man schaltet den Fernseher ein und sieht da die unmöglichsten Gestalten und nimmt dies dann auch für ernst – also von dieser Seite denke ich, dass es ein Baustein ist in unserer Gesellschaft, um Leute zu unterhalten. Ich denke aber nicht, dass es uns weiter bringt oder dass sich da irgendetwas Hochtrabendes daraus entwickelt, die Pisa-Studie deshalb besser ausfällt oder sonst irgendetwas. Im Gegenteil. Es ist meiner Meinung nach eher so, dass man den Leuten das Gefühl gibt, man kann auch mit wenig auskommen und der Anspruch da vielleicht auch ein bisschen heruntergeschraubt wird. Die Sache, die mich persönlich etwas stört ist, dass eine Masse angesprochen wird. Weil es die Masse eben will, macht man es halt auch, ob es sinnvoll ist oder

nicht. Ich meine auch, dass ein großer Teil der Menschen, die diese Sendeformate schauen, es auch wirklich toll finden.

Nehmen Sie aktiv an gewissen Sendungen Teil, durch beispielsweise Votings, Gewinnspiele, Social Media?

Nein, überhaupt nicht. Also weder bei diesen Gewinnspielen noch bei irgendwelchen Abstimmungen.

Ist es für Sie ein Gesprächsthema in ihrem Umfeld und trägt zu ihrer Kommunikation bei?

Ja, doch, also da kann man schon mal darüber berichten und trägt des Öfteren zu meiner Kommunikation und Unterhaltung bei.

Haben Sie Erwartungen oder Vorstellungen, was zukünftig in diesem Genre passieren könnte? (neue Formate, ... etc.)

Da bin ich komplett ratlos und überfragt, was da kommen könnte oder was sich jemand ausdenken wird. Ich weiß nicht wie weit man bereit ist zu gehen oder wie weit da die Hemmschwellen noch runter gehen, denn die Grenzen sind ja bereits heute ziemlich weit nach unten geschraubt.

Ist es für Sie reizvoll, selbst an solch einem Sendeformat teilzunehmen?

Überhaupt nicht.

Haben Sie das Empfinden, dass solche Sendungen Niveaugrenzen überschreiten? Wenn ja, nennen Sie bitte ein Beispiel und wieso Sie dieses als niveaulos empfinden.

Naja, also der eine oder andere mag vielleicht sagen, die Niveaugrenze wäre überschritten, weil bspw. bei *Big Brother* zwei nachts mit Infrarotlicht gefilmt werden, während ich das noch nicht mal für so dramatisch halte. Aber wenn sich Personen bei *Big Brother* manchmal anschreien oder streiten, wegen irgendeiner Kleinigkeit, die vollkommen übertrieben ist und das dann auch noch dazu dienen soll, wer jetzt im Haus bleiben darf und wer nicht, das stört mich viel mehr, als wenn sie unbedingt filmen wollen, was da zwei unter der Decke treiben. Und bei dem Sendeformat *Das Dschungelcamp* sehe ich das mit der Überschreitung der Niveaugrenze gar nicht. Im Dschungel ist es üblich, bestimmte Dinge zu essen und die Kandidaten wissen, worauf sie sich einlassen und ich meine, es sind keine 14 Tage Urlaub und das gehört dann eben dazu. Also wenn jetzt bei *Bauer sucht Frau* plötzlich die Würmer, die im Garten sind, gegessen werden müssten, dann wäre es etwas anderes und das würde ich nicht für sinnvoll halten, denn das ist ja nicht das eigentlich Ziel. Aber im Dschungel irgendwelche Tiere zu essen oder in Heuschrecken zu baden, ist in Ordnung. Ich gehe auch

davon aus, dass alles in so weit sicher ist, dass keinem etwas passiert, also nicht vergiftet wird oder sonst etwas geschieht.

Analyse

Um einen kurzen Rahmen bezüglich der geführten Interviews aufzuzeigen, soll festgehalten werden, dass im Gesamten 13 Personen zum Thema Reality-TV und ihren dazugehörigen Ansichten sowie Meinungen befragt wurden. Darunter sind neun Interviews mit weiblichen Probandinnen zu finden und vier mit männlichen Personen. Die Befragungen fanden über persönliche Gespräche statt und umfassten jeweils dreizehn Fragen. Bei einem der unternommenen Interviews handelt es sich um ein Partnerinterview. Die Interviewten wurden bewusst aus unterschiedlichen Alterskategorien, zwischen 21 und 66 Jahren, gewählt und sind verschiedenen beruflichen Tätigkeitsbereichen zuzuordnen.

Um die befragten Personen langsam und gezielt auf das behandelte Thema hinzuführen, wurde zuerst das Verständnis des Begriffs Reality-TV hinterfragt. Die einzelnen Personen brachten jeweils zum Ausdruck, was sie unter diesem Begriff des Fernsehgenres verstehen. Einheitlich erhielt man die Antwort, dass Reality-TV in Zusammenhang damit stehe, dass die Realität durch Sendungen und Serien dieses Genres wiedergespiegelt wird und der Zuschauer einen Einblick in echte Leben oder Situationen erhält. Zu häufig verbanden die Befragten das Aufzeigen von Alltagssituationen, welche für den Rezipienten authentisch und echt wirken soll. Ein Großteil hatte mit der Frage nach dem Begriff von Realitätsfernsehen sofort Beispiele angebracht. Hieraus lässt sich erkennen, dass dieses TV-Genre bereits stark in die heutige Fernsehlandschaft eingetreten und verankert ist sowie über eine Vielzahl an verschiedenen Sendungsformaten Zuschauer jeglicher Altersgruppen erreicht. Auf die Frage, welche Sendungen oder Serien ihnen bekannt seien, wurden besonders Casting-Formate genannt. *Deutschland sucht den Superstar* und *Germany's next Topmodel* wurden am meisten erwähnt. *Germany's next Topmodel* bspw. achtmal, genauso *Deutschland sucht den Superstar*. Reality-Shows wie *Big Brother* und *Das Dschungelcamp* kamen ebenfalls oftmals in den Aufzählungen der interviewten Leute vor. Weniger präsent scheinen Scripted-Reality-Formate zu sein. Diese wurden seltener genannt und auch Soap-Operas stehen weniger im Vordergrund. Diese Fakten zeigen, dass diejenigen Formate, welche in den Abendstunden im Fernsehprogramm ausgestrahlt und im Regelfall auch intensiver beworben werden, bei den Befragten bekannter sind. Auf die Frage hin, ob und wenn ja, aus welchen Gründen sie solche Sendungen ansehen, äußerten sich die Befragten am häufigsten, diese aus Unterhaltungsgründen anzusehen. Neben dem Unterhaltungsfaktor ist auch Langeweile sowie Abschalten vom Alltag bzw. Arbeitstag als Beweggrund genannt worden. Wie an dieser Stelle zu erkennen ist, kamen weder Bildung noch Information als Gedanke in den Köpfen der Interviewten auf. Was die Regelmäßigkeit der Rezeption eines oder mehrerer solcher Fernsehformate betrifft, kann aufgegriffen werden, dass fünf der befragten Personen

verneinten, regelmäßig eine bestimmte Sendung zu sehen. Die restlichen brachten vor, dass sie fortlaufend ein bestimmtes Format verfolgen. Hier ist allerdings noch anzubringen, dass regelmäßig für die meisten jedoch nicht bedeutet, tatsächlich jede einzelne Folge zu sehen, sondern auch größere Abstände zwischen dem Verfolgen liegen können. Bis auf eine Person sieht niemand einen Verlust darin, Folgen zu verpassen oder die Rezeption zeitlich nicht mit anderen Aktivitäten oder Pflichten vereinbar ist. Wichtig beim Erhalt eines Meinungsbildes der interviewten Personen war nicht nur zu erfragen, was und wie oft diese einzelne Sendungen im Fernsehen ansehen, sondern auch zu erfahren, welchen Standpunkt sie dazu haben. Mit einer Frage dahingehend, welche Ansicht zum Niveau von Reality-TV-Sendungen vertreten werden, wurde klar zum Ausdruck gebracht, dass das Niveau als problematisch angesehen wird. Keiner der Interviewten vertrat die Meinung, dass Sendungen dieser Art inhaltlich auf einem hohen Niveau zu finden sind. Zum Einen wurden hier bspw. darauf hingewiesen, dass das Niveauverständnis stark von dem Maß an Anspruch abhängig gemacht wird. Das heißt, wie sehr wird das Publikum gefordert und gedanklich in Anspruch genommen, um den Sendungen folgen zu können. Zum anderen tragen auch Art und Weise der Verhaltensformen der Sendungsfiguren, die den Befragten nach auf einer primitiven und übertriebenen Ebene basieren, dazu bei. Einer der befragten Personen ist fest der Meinung, dass das Niveau dieser Sendungen dem entspricht, wie es die Zuschauer wollen und sich diesem anpasst. Zwei andere der Befragten erwähnten bezogen auf diese Hinterfragung des Niveaus, dass prinzipiell nochmals unterschieden werden müsste, ob man es rein nur auf den Inhalt der Sendeformate beziehe oder auf die Aufmachung. Bezogen auf den inhaltlichen Aspekt vertraten beide den bereits oben erläuterten Standpunkt. Beide waren sich ebenfalls einig, dass viele der Formate in ihrer Aufmachung jedoch in dem Sinne niveauvoll seien, dass sie hochwertig produziert sind und auch etwas dahinter steckt. Dadurch, dass jeder der befragten Personen die Meinung vertritt, dass dieses Fernsehgenre stark an die Realität angelehnt ist, wird dem Rezipienten leicht ein Orientierungspunkt geboten. Aus den Interviews ergab sich, dass grundsätzlich die Ansicht herrscht, dass das Publikum von Sendungen des Wirklichkeitsfernsehens beeinflusst wird. Dies kann in positivem sowie negativem Sinn geschehen. Der Zuschauer nimmt sich Gezeigtes als Vorbildfunktion, was zu Nachahmung führen kann. Hauptsächlich vertraten die Interviewten die Meinung, dass die Rezipienten jedoch zum Großteil negative Auswirkungen erfahren. Aussagen, dass sich die Rezipienten mit Figuren aus den Sendungen vergleichen oder dass es besonders den Zuschauern jüngerer Generationen vermehrt schwer fällt, zwischen Realität und Fiktion zu differenzieren, wurden ebenfalls gemacht. Neben diesem Meinungsbild ließ einer der Interviewpartner vermerken, dass er hingegen einen anderen Eindruck habe. Der Zuschauer wird seinen Überlegungen nach durch die Rezeption von Reality-TV stets weiter in die Richtung vorangetrieben, in der sich dieser bereits befindet. Eine andere Person äußerte sich zusätzlich, sie sehe es im Grunde so, dass die Menschen schon alleine davon beeinflusst werden, dass sie diese TV-Formate verfolgen, oftmals

mit einer großen Kontinuität und Regelmäßigkeit. Aufbauend auf diesen Gedanken, kann die Gefahr einer Tendenz hin zu einem „Suchtverhalten“ gesehen werden. Was das Empfinden bezüglich der Beeinflussung der eigenen Person betrifft, lässt sich aus den Interviews herauslesen, dass die Mehrheit der Befragten grundsätzlich die Meinung vertritt, sie selbst werden nicht beeinflusst. Der Inhalt der Sendungen wird eher als Berieselung gesehen und nicht verinnerlicht. Zwei Personen ergänzten an dieser Stelle noch, dass sie teilweise jedoch in der Hinsicht beeinflusst werden, dass sie manch Gezeigtes als Inspiration nehmen, bspw. aus dem Bereich Mode bei *Germany's next Topmodel* oder Wohnungseinrichtungen bei *Unsere erste gemeinsame Wohnung*. Eine der Befragten äußerte auf sich bezogen noch, dass sie sicher von Reality-TV-Formaten beeinflusst wird, denn sie nehme Dinge davon deutlich wahr und integriert ihr Empfinden dazu in ihr Leben und ihre Kommunikation mit ihren Mitmenschen.

Im weiteren Interviewverlauf sollten die Befragten ihre Ansichten offenlegen, welchen Standpunkt sie zu der Überlegung haben, ob das Fernsehgenre Reality-TV ein wichtiger Baustein in der heutigen Gesellschaft sei. Hier sind die Meinungen gespalten. Ein Teil der Befragten ist sich sicher, dass Wirklichkeitsfernsehen eine wichtige Rolle in der heutigen Gesellschaft spielt. Tatsachen, dass wenn dies nicht der Fall wäre, die Erfolgsquote des Genres nicht so hoch sei und dass die Menschen es schließlich auch selbst zu einem wichtigen Element machen, werden teilweise vertreten. Einige der Befragten stehen dahinter, dass es gerade für junge Leute zu einem, nicht mehr wegdenkbarem Baustein geworden ist. Im Gesamten sind sich die interviewten Personen einig. Persönlich wird Reality-TV nicht als wichtiges Element gesehen, doch auf die Masse bezogen lässt sich dieser Gedanke nicht verneinen. Erkennbar wird dieser Fakt auch dahingehend, dass sich keiner der Befragten aktiv an Zuschauerangeboten der Sendungsformate beteiligt. Bis auf eine Person äußerten sich alle, weder Kommentare über Social Media abzugeben noch an Gewinnspielen oder Votings teilzunehmen. Diese Person brachte jedoch auch nur hervor, eventuell einmal per SMS für einen Kandidaten und deren Weiterkommen innerhalb eines Sendungsformates abgestimmt zu haben, bezeichnet dies aber als Einzelfall. Ebenfalls ist es für zwölf der 13 Befragten keine Option, selbst an einem solcher Sendungsformate teilzunehmen oder mitzuwirken. Lediglich eine Person ließ vernehmen, dass es bei passender Vergütung vorstellbar für sie sei. Zwei andere sehen es zwar für sich persönlich nicht als Möglichkeit, jedoch meinen diese, dass eine Teilnahme als Werbezweck für ein eigenes Unternehmen oder Selbstständige genutzt werden könnte. Für diese zwölf Personen besteht ihrem Empfinden nach kein Reiz, sich im Fernsehen zu präsentieren und dadurch Einblicke in die eigene Privatsphäre zu geben. Die Reaktionen zeigen, dass der Gedanke daran, grundsätzlich abschreckend wirkt. Für knapp mehr als die Hälfte sind Sendungen oder Serien des Reality-TV ein Teil der persönlichen Kommunikation innerhalb ihres sozialen Umfelds. Besonders wird hier deutlich, dass mit dem Partner, Freunden oder Familie darüber gesprochen wird, es jedoch in den meisten Fällen als ein „Re-

vuepassieren“ oder zur Belustigung genommen wird. Es entstehen dabei keine langen Diskussionsrunden. Auch können laut wenigen der interviewten Personen diese Sendeformate zu Gesprächsthemen bei der Arbeit werden. Die restlichen bringen ihren Aussagen nach jedoch keinerlei Bestandteile von Realitätsfernsehsendungen in ihre Kommunikation mit ein, sondern konzentrieren sich verstärkt auf andere, für sie ansprechendere Themenbereiche.

Wiederum geteilte Meinungen lassen sich bei der Frage bezüglich dem Überschreiten der Niveaugrenze erkennen. Prinzipiell vertritt die Mehrzahl der Befragten den Standpunkt, dass die thematisierten Fernsehformate bereits oftmals die Niveaugrenze überschreiten. Allerdings treffen an dieser Stelle erneut zwei Meinungsbilder aufeinander. Zum einen werden besonders häufig Situationen aus *Das Dschungelcamp* oder *Deutschland sucht den Superstar* genannt. Das Verzehren von ungewöhnlichen Dingen und provokative Beleidigungen von Seiten der Fernsehsender, ausgeführt durch Jurymitglieder, werden besonders als Wagnis bezeichnet und als tiefstes Niveau gesehen. Auch die teils veranschaulichten primitiven und übertriebenen Verhaltensweisen sowie Umgangsformen wie in bspw. *Frauentausch* oder nachmittäglichen Scripted-Reality-Sendungen, werden als niveaulos betitelt und als Überschreitung gesehen. Grenzen werden laut der Befragten in der Hinsicht angerissen, dass viel provokativ zur Schau gestellt wird. Dagegen lassen sich jedoch auch die Äußerungen vernehmen, dass man nicht davon sprechen könne, dass die Grenze des Niveaus überschritten sei, denn die Menschen, welche an diesen Fernsehformaten teilnehmen, haben das Wissen, worauf sie sich einlassen. Die Uneinigkeit ist hier klar zu erkennen, jedoch sind alle der Meinung, dass sich inzwischen vieles zur Normalität entwickelt hat und die Niveaugrenze aus diesem Grund stets höher gelegt ist.

In die Zukunft blickend ist es für die meisten der befragten Personen schwierig, eine Vorstellung oder Erwartungen zu haben, was dieses Fernsehgenre Reality-TV bringen wird. Einheitlich ist allerdings auffällig, dass sich jeder sicher ist, dass der Trend weitergehen wird, stets das Spektrum an Formaten erweitert werde und ihrer Meinung nach alles noch extremer werden wird. Fragwürdig wird letztendlich gesehen, wie weit die Grenzen noch heruntergeschraubt werden und wie weit das Fernsehen noch gehen wird.

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Vorname Nachname